



УДК 316.7; 330.1; 330.3

A REVIEW OF THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF UKRAINE'S CREATIVE ECONOMY

ОГЛЯД ТЕОРЕТИЧНО-ПРАКТИЧНИХ АСПЕКТІВ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Chala V.S. / Чала В.С.*d.e.s., prof. / д.е.н., проф*

ORCID: 0000-0002-2233-2335

Fomenko V.S. / Фоменко В.С.*Postgraduate student of the Department of Economic Theory and International Economic Relations. / Аспірант кафедри «Економічної теорії та міжнародних економічних відносин*

ORCID: 0009-0008-4786-3184

*Ukrainian State University of Science and Technology, SEI «Prydniprovsk State Academy of Civil Engineering and Architecture» Dnipro, Architect Oleh Petrov 24Aб 49005**Український Державний Університет Науки та Технологій, ННІ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури», Дніпро, Архітектора Олега Петрова, 24А, 49005*

Анотація. У статті досліджується розвиток креативної економіки України в умовах сучасних глобальних викликів, зокрема війни, цифровізації та інтеграції у європейський простір. Проведено детермінологічний аналіз основних підходів до визначення поняття "креативна економіка" на основі вітчизняних і міжнародних досліджень. Визначено ключові фактори, що впливають на формування креативного сектору, зокрема роль інтелектуального потенціалу, соціокультурної ідентичності, інноваційної активності та міжнародної інтеграції. Сформульовано визначення креативної економіки України, що враховує специфіку національного контексту та актуальні виклики, підкреслюючи важливість культурної самобутності у процесах економічного зростання. Результати дослідження спрямовані на поглиблення наукового розуміння сутності креативної економіки, окреслення перспектив її розвитку та визначення практичних орієнтирів для інтеграції у європейський культурно-економічний простір.

Ключові слова. креативна економіка, соціокультурні виміри, глобалізація, інновації, соціокультурна ідентичність, інтеграція, розвиток, цифровізація.

Вступ.

Розвиток креативної економіки виступає однією з ключових детермінант сучасного соціально-економічного прогресу, оскільки вона сприяє формуванню нових підходів до інноваційного розвитку, підвищенню конкурентоспроможності держави та її інтеграції у світовий простір. В умовах глобалізації, що характеризується стрімкими технологічними змінами, зростаючою роллю інформаційних ресурсів та необхідністю адаптації до змінних ринкових умов, креативна економіка набуває особливого значення. Вона включає такі сектори, як мистецтво, дизайн, архітектура, реклама, музика, кіно,



література, мода, інформаційні технології, які формують не тільки економічний потенціал країни, а й забезпечують її культурну самобутність і соціальну згуртованість.

Україна, як держава з багатою культурною спадщиною та значним творчим потенціалом, має унікальні можливості для розвитку креативної економіки. Однак, вітчизняний ринок креативних індустрій перебуває на етапі формування, що потребує наукового осмислення, системного підходу до розробки стратегій і механізмів стимулювання. Сучасні виклики, передусім, вплив воєнного стану, економічної нестабільності та необхідності адаптації до європейських стандартів, актуалізують проблему розробки нових наукових підходів до розвитку креативної економіки [1, с. 54].

Важливо зазначити, що інтеграція України до європейського простору вимагає активної адаптації її креативного потенціалу до вимог міжнародних ринків [3, с. 85]. У цьому контексті дослідження індикаторів соціокультурного впливу, що визначають взаємозв'язок між культурною ідентичністю та економічним розвитком, стає особливо важливим. Такий аналіз дозволяє виявити ключові чинники, які сприяють формуванню стійкого креативного середовища, визначити основні перешкоди на шляху його розвитку та окреслити перспективи інтеграції українських креативних індустрій у глобальні ринки.

Значний науковий інтерес викликає також питання про використання індикаторів для оцінки соціокультурного впливу у розвитку креативної економіки [3, с.25]. Це, важливо зазначити, включає аналіз таких моделей, як модель Гофстеде, що дозволяє оцінити рівень культурної близькості між країнами та визначити її вплив на міжнародну економічну діяльність [4]. Водночас необхідно враховувати й інші аналітичні підходи, що базуються на соціокультурних, економічних та правових факторах, які визначають особливості розвитку креативних індустрій в Україні та за її межами.

Метою даної статті є всебічний огляд теоретичних і практичних аспектів розвитку креативної економіки України, аналіз існуючих підходів до оцінки соціокультурного впливу та формулювання власного визначення креативної



економіки, що підкреслює наукову новизну дослідження. Запропонований аналіз дозволить виявити ключові тенденції, сприяти обґрунтуванню ефективних механізмів розвитку креативних індустрій, а також окреслити перспективи їх інтеграції у європейський простір.

Наукова новизна дослідження полягає у розробці комплексного підходу до оцінки соціокультурного впливу на розвиток креативної економіки України, що враховує як міжнародні, так і національні особливості. Цей підхід дозволяє поглибити розуміння взаємозв'язку соціокультурних чинників і динаміки розвитку креативних індустрій, а також сформулювати рекомендації щодо їх ефективного розвитку в умовах глобалізаційних викликів.

Крім того, у межах дослідження запропоновано оновлене визначення поняття "креативна економіка України", що враховує сучасні трансформації, зумовлені війною, цифровізацією, потребою інтеграції у міжнародний простір і зміцненням соціокультурної ідентичності. Визначення ґрунтується на аналізі сучасних наукових підходів, емпіричних даних і практичного досвіду розвитку креативних індустрій.

З огляду на складність і багатогранність цього явища, зазначене визначення розглядається як гіпотетичне наукове положення, що потребує подальшого емпіричного обґрунтування, включаючи порівняльний аналіз із міжнародними практиками та глибше дослідження впливу соціокультурних факторів на розвиток креативної економіки України.

Основний текст.

Креативна економіка, як соціально-економічний феномен, виникла під впливом численних історичних, соціальних, культурних та технологічних чинників [5]. Її становлення пов'язане з потребою суспільства знаходити нові джерела економічного зростання, коли традиційні фактори виробництва вже не задовольняли вимог часу.

Перші наукові роздуми про взаємозв'язок культури й економіки розпочалися з праць представників Франкфуртської школи, точніше Макса Хоркгаймера та Теодора Адорно. У своїй праці "Діалектика просвітництва"



(1947) вони підкреслювали роль культурної індустрії у формуванні економічного розвитку. Вони звертали увагу на те, що масова культура, яка стає комерційним продуктом, формує стандартизовані смаки суспільства та визначає соціальні норми споживання [6, с. 43]. Це, у свою чергу, створює нові економічні моделі, які ґрунтуються на масовому виробництві та розповсюдженні культурного продукту. Ці роздуми стали підґрунтям для подальших дискусій про місце культури у структурі економічного розвитку, адже культурна індустрія почала розглядатися не тільки як інструмент задоволення потреб, але й як фактор економічного зростання [6, с. 57].

У 1960-х роках, із розгортанням інформаційної революції, виникла концепція "інформаційного суспільства". Її основна ідея полягала у тому, що інформація та знання стають ключовими ресурсами економічного розвитку. Саме в цей період інновації у сфері інформаційних технологій суттєво вплинули на зміну моделей економічного зростання. Знання і творчість почали сприйматися як основні джерела доданої вартості. Розвиток технологій сприяв тому, що ідеї могли швидко трансформуватися у комерційні продукти, а інтелектуальна праця стала важливою складовою продуктивних сил. Це стало фундаментом для усвідомлення важливості креативного капіталу у процесах економічної модернізації. Саме в цей період почали формуватися нові стратегії управління знаннями, де творчий потенціал став головним активом у конкурентній боротьбі [7, с. 102].

Особливої уваги заслуговує період розвитку цифрових технологій наприкінці XX — на початку XXI століття. Цифровізація забезпечила нові можливості для комерціалізації ідей, створення і розповсюдження продуктів і послуг із високою доданою вартістю. Виникнення нових платформ, таких як соціальні мережі, цифрові маркетплейси, потокові сервіси для аудіо- і відеоконтенту, стало основою для розвитку цифрової креативної економіки [8, с. 29]. Цей етап ознаменувався створенням глобальних ринків, де творчі продукти стали доступними для споживачів у будь-якій точці світу. Важливим аспектом цього процесу стало те, що цифрові технології дали можливість розширити межі



творчої діяльності, дозволивши її масштабування та створення нових моделей монетизації.

У 1990-х роках уряд Великої Британії через Департамент культури, медіа та спорту (DCMS) вперше офіційно визнав термін "креативні індустрії". Це було стратегічне рішення, яке заклало підґрунтя для визначення креативної економіки як важливого чинника економічного розвитку. У цьому контексті було виокремлено 13 секторів, серед яких: реклама, архітектура, мистецтво та антикваріат, ремесла, дизайн, мода, кіно, програмне забезпечення, музика, видавництво, радіо, телебачення, театр і виконавське мистецтво. Ці сектори були визначені як ті, що базуються на індивідуальній творчості, навичках і таланті, що мають потенціал до створення добробуту та робочих місць через генерацію і використання інтелектуальної власності.

У 2001 році британський економіст Джон Хокінс опублікував працю "Креативна економіка: як люди заробляють гроші на ідеях", де визначив креативну економіку як сегмент, де творчість, інтелектуальна діяльність та інновації є основним джерелом доданої вартості [5]. Хокінс стверджував, що здатність генерувати унікальні ідеї стає основним конкурентним ресурсом в умовах глобалізації. Його підхід акцентує увагу на важливості інтелектуальної власності, оскільки саме вона стає основним фактором у процесі комерціалізації творчих продуктів.

Концепція "креативного класу" Річарда Флориди (2002) стала логічним продовженням цих ідей [6]. Він стверджував, що розвиток креативної економіки безпосередньо пов'язаний із концентрацією людей, здатних створювати інноваційні продукти та рішення. Особливий акцент Флорида робив на трьох ключових чинниках: технології, таланті і толерантності. За його словами, регіони, які здатні забезпечити сприятливе середовище для розвитку креативного класу, отримують значні переваги у глобальній конкуренції.

Українські науковці також зробили значний внесок у розвиток теоретичних підходів до дослідження креативної економіки. Чуль О.М. аналізувала регіональні аспекти розвитку креативних індустрій в Україні, акцентуючи увагу



на необхідності підтримки локальних ініціатив [9]. Нікітенко В.О. підкреслювала важливість соціокультурних чинників для стійкого розвитку креативного сектору [10]. Копійка Д.В. досліджувала вплив глобальних економічних процесів на формування української креативної економіки, зазначаючи важливість інтеграції у міжнародні економічні простори [2]. Диндар А.С. детально аналізував регуляторні аспекти розвитку арт-бізнесу в Україні та ЄС, розкриваючи виклики і можливості в контексті міжнародного партнерства [8].

Досліджуючи шлях еволюції креативної економіки, ми дійшли висновку, що історія розвитку демонструє її багатогранність та взаємозв'язок із глобальними економічними, соціальними та технологічними змінами. Креативна економіка — це не лише інструмент зростання, а й фактор формування нової соціокультурної реальності, що потребує системного наукового осмислення та стратегічного планування.

Визначення поняття "креативна економіка" у науковому дискурсі пройшло тривалий етап еволюції, відображаючи зміну підходів до розуміння її сутності та ролі в економічному розвитку суспільств. Класичні концепції, такі як праці Джона Хокінса (2001), що акцентували на значущості інтелектуальної власності та комерціалізації ідей, чи концепція "креативного класу" Річарда Флориди (2002), яка підкреслювала роль людського капіталу, технологій і толерантності у формуванні креативного середовища, заклали основу для подальших наукових дискусій [5-6]. Проте ці підходи здебільшого базувалися на загальних секторальних характеристиках креативної економіки, що обмежувало можливість глибокого розуміння її значення у специфічних національних контекстах. Для обґрунтування власного визначення було здійснено систематизацію існуючих наукових концепцій, що представлено у таблиці 1 [2;5-17].

Огляд наукових підходів свідчить про багатогранність визначення креативної економіки, що змінювалася відповідно до етапів розвитку суспільства. Класичні концепції, такі як підхід Джона Хокінса (2001), акцентують увагу на значущості ідей, інновацій та інтелектуальної власності, які



виступають основними ресурсами створення доданої вартості. Річард Флорида (2002) розвинув це бачення, зосередивши увагу на людському капіталі, креативному класі та соціокультурних чинниках, які визначають інноваційний потенціал.

Таблиця 1. Аналіз визначення креативної економіки

Автор	Визначення	Ключові аспекти
DCMS, Велика Британія (1998)	Креативна економіка охоплює сектори, де результатом діяльності є продукти чи послуги, засновані на індивідуальній творчості, навичках та талантах, що мають потенціал для створення добробуту.	Чітке окреслення секторів, де креативність є основою діяльності.
Джон Хокінс (2001)	Креативна економіка — це сегмент, де основним ресурсом є ідеї, інновації та інтелектуальна власність, які комерціалізуються для створення доданої вартості.	Інтелектуальна власність як основний ресурс економічної вартості.
Річард Флорида (2002)	Креативна економіка формується навколо "креативного класу" — людей, здатних до створення інновацій, з акцентом на технології, талант і толерантність.	Роль людського капіталу, інновацій та соціокультурного середовища.
ЮНЕСКО (2013)	Креативні індустрії — це сектори, які використовують культурні ресурси для виробництва товарів і послуг, що мають культурну, економічну та соціальну цінність.	Підкреслення взаємозв'язку між культурною цінністю та економічним розвитком.
Kreativwirtschaft Austria (2021)	Креативна економіка включає діяльність, що базується на інноваціях і створенні унікального продукту, де ключовим є здатність до генерації нових ідей та їх комерціалізації.	Інноваційний підхід, унікальність продукту, економічний результат.
Свидрук І.І. (2019)	Креативна економіка — це основа постіндустріального розвитку, де інтелектуальна праця та інновації стають джерелом доданої вартості.	Визначення важливості інтелектуального капіталу для економічного зростання.
Чуль О.М. (2015)	Регіональна креативна економіка розглядається як інструмент розвитку територіальних суспільних систем, що сприяє соціально-економічній активності.	Актуалізація значення креативних індустрій для розвитку регіональних економік.



Копійка Д.В. (2019)	Креативна економіка є чинником глобальної реконфігурації економічних процесів, що забезпечує інноваційний прорив.	Зв'язок креативної економіки з глобальними економічними трансформаціями.
Живко М. А. (2018)	Креативна економіка визначається як елемент нової економіки, де поєднуються культурні та інноваційні аспекти, що забезпечують стійкість економічного розвитку.	Акцент на інтеграції інноваційних та культурних процесів.
Нікітенко В. О. (2020)	Креативна економіка — це сфера, що об'єднує індустрії, орієнтовані на створення культурного продукту, його комерціалізацію та забезпечення стійкості національної економіки.	Підкреслює на культурній комерціалізації для забезпечення національної економічної стійкості.
Диндар А. С. (2019)	Креативна економіка визначається як простір, де поєднуються мистецькі практики, економічна вигода та соціокультурний обмін, що формує підґрунтя для розвитку креативних індустрій у глобальному контексті.	Висвітлює значення мистецьких практик і їхню інтеграцію у глобальні ринки через регуляторну підтримку

Авторська розробка

У свою чергу, підхід DCMS (1998) структурує креативну економіку через виділення конкретних секторів, заснованих на творчості, навичках і талантах. Концепція ЮНЕСКО (2013) доповнює це, вказуючи на важливість культурної цінності, яка виступає драйвером економічного розвитку. Важливою є і позиція Kreativwirtschaft Austria (2021), що підкреслює роль інноваційності та унікальності продукту [11-13].

Вітчизняні науковці також вносять вагомий внесок у розвиток цієї дискусії. Свидрук І.І. (2019) акцентує на значенні інтелектуальної праці як основи постіндустріального розвитку [16]. Чуль О.М. (2015) фокусується на регіональному аспекті, підкреслюючи важливість локального розвитку [9]. Копійка Д.В. (2020) розглядає креативну економіку як чинник глобальної реконфігурації, пов'язуючи її з інноваційними проривами [2]. Живко М.А. (2018) визначає її як синергію культурних і інноваційних процесів, що сприяють



стійкому розвитку [17]. Нікітенко В.О. (2020) наголошує на значущості культурної комерціалізації для економічної стійкості [10]. Диндар А.С. (2019) акцентує увагу на поєднанні мистецьких практик і глобальної інтеграції, вказуючи на важливість культурного обміну [8].

Загальні висновки критичного аналізу:

1. Інтелектуальна власність та інновації є визначальними для креативної економіки (Хокінс, KWA, Свидрук).
2. Людський капітал і соціокультурні чинники є основою для створення інноваційного продукту (Флорида, ЮНЕСКО, Чуль, Живко).
3. Комерціалізація культурного продукту забезпечує економічну вигоду (DCMS, Нікітенко).
4. Глобальна інтеграція визначається як необхідний компонент для конкурентоспроможності (Копійка, Диндар).

Однак, жодне з цих визначень повною мірою не враховує актуальні виклики, з якими стикається Україна сьогодні: вплив війни, цифровізація, потреба збереження культурної ідентичності та європейської інтеграції. Ці аспекти вимагають формулювання нового, адаптованого визначення.

У межах цього дослідження здійснено детермінологічний аналіз поняття "креативна економіка" з урахуванням сучасних глобальних та національних викликів, зокрема війни, цифровізації, соціокультурної трансформації та потреби інтеграції України у європейський простір. Це дозволило розширити традиційне тлумачення, включивши аспекти соціокультурної ідентичності, міжнародної інтеграції та економічної стійкості в умовах кризових викликів.

Наукова новизна цього дослідження полягає у формулюванні визначення креативної економіки, яке відображає її еволюцію та актуальні особливості розвитку України. Креативна економіка України — це система соціально-економічних процесів, що забезпечує створення, виробництво, комерціалізацію та розповсюдження інноваційних і культурних продуктів, де основними ресурсами виступають інтелектуальний потенціал, здатність до інновацій, соціокультурна ідентичність та спрямованість на забезпечення



конкурентоспроможності у міжнародному просторі. Ця система функціонує як стратегічний драйвер економічного розвитку, збереження національної самобутності та інтеграції у міжнародний простір, сприяючи формуванню сталих моделей розвитку у контексті євроінтеграційних процесів.

Запропоноване визначення є гіпотетичним і відображає новий підхід до розуміння креативної економіки в контексті національних викликів. Воно сформульовано на основі аналізу сучасних наукових концепцій та практичного досвіду розвитку креативних індустрій в Україні.

Водночас визначення потребує подальшого емпіричного обґрунтування, включаючи порівняльний аналіз із міжнародними практиками та дослідження впливу соціокультурних факторів на розвиток креативних індустрій в Україні.

Огляд індикаторів для дослідження соціокультурного впливу.

Дослідження соціокультурного впливу на розвиток креативної економіки вимагає використання чітко визначених індикаторів, які дозволяють оцінити ступінь впливу культурних, соціальних, економічних і технологічних чинників на формування креативних індустрій. У контексті України важливо враховувати специфіку національної культурної ідентичності, соціальних практик, історичної спадщини, а також міжнародних тенденцій, що впливають на формування сучасного креативного середовища [18, с. 48].

Оцінка соціокультурного впливу ґрунтується на багатогранних індикаторах, які умовно можна поділити на кілька ключових груп. Перша з них – культурно-економічні індикатори, що відображають рівень розвитку культурного виробництва, обсяг реалізації культурних і креативних послуг, частку креативної продукції в експорті, обсяги інвестицій у сферу культури та мистецтва [19, с. 153]. Ці індикатори дозволяють оцінити, наскільки креативна економіка сприяє економічному зростанню, створенню робочих місць, залученню інвестицій та розвитку експортного потенціалу. Наприклад, кількість зареєстрованих підприємств у креативних секторах, обсяги продажів, кількість укладених експортних контрактів відображають економічну активність у сфері культури.

Наступною важливою групою є індикатори соціального капіталу, які



дозволяють оцінити рівень залучення населення до культурних процесів, рівень доступності культурних послуг, активність громадських ініціатив у сфері культури, а також рівень культурної освіти населення [21]. Важливими показниками виступають кількість відвідувачів культурних заходів, участь у мистецьких проєктах, рівень використання соціальних мереж для просування культурного продукту, кількість культурних просторів і хабів, доступних для локальних ініціатив.

Особливої уваги заслуговує група індикаторів інноваційного розвитку, що визначають рівень цифровізації культурного сектору, інтеграцію інноваційних технологій у створення культурного продукту, обсяг інвестицій у цифрове мистецтво [20]. Ці індикатори дозволяють оцінити, наскільки активно креативні індустрії відповідають на виклики цифрової трансформації, впроваджують інноваційні технології для створення продуктів із високою доданою вартістю, та наскільки вони є конкурентоспроможними на міжнародних ринках. Важливими показниками є кількість розроблених цифрових продуктів, рівень інтеграції VR/AR технологій, кількість платформ для цифрового мистецтва, що діють в Україні.

Важливим напрямом дослідження є індикатори міжнародної інтеграції, які відображають рівень участі українських підприємств у міжнародних культурних проєктах, кількість міжнародних грантів, які отримали українські ініціативи, частку української культурної продукції на міжнародних ринках. Це дозволяє визначити, наскільки активним є процес інтеграції України у світовий культурний простір та яка роль креативної економіки у формуванні міжнародного іміджу країни.

Джерелами отримання даних для дослідження соціокультурного впливу виступають як національні, так і міжнародні статистичні служби. Наприклад, дані центру економічного відновлення України надають інформацію про економічні показники культурного сектору, тоді як дані ЮНЕСКО відображають глобальні тенденції у розвитку культурних індустрій [12; 22-24]. Крім того, Євростат надає актуальну інформацію про обсяги експорту креативної продукції,



міжнародні дослідження дозволяють оцінити інтеграційні процеси. Значну роль відіграють також звіти галузевих асоціацій, дослідження університетів, аналітичних центрів, які поглиблюють розуміння динаміки соціокультурного впливу.

У цьому контексті особливо цінним є використання моделі культурних вимірів Гофстеде, яка дозволяє аналізувати взаємозв'язок між культурними характеристиками країн та їх впливом на економічні процеси, включаючи розвиток креативних індустрій. Модель враховує такі чинники, як рівень індивідуалізму, дистанції влади, уникнення невизначеності, що дозволяє визначити специфіку національного культурного середовища та його вплив на економічну активність [14]. Для України це особливо важливо у контексті аналізу торговельної активності з країнами ЄС та пошуку нових моделей співпраці у сфері креативної економіки.

Врахування специфіки українського культурного простору потребує адаптації міжнародних індикаторів до національних реалій. Це включає оцінку рівня доступу до культурних ресурсів у регіонах, аналіз рівня розвитку локальних культурних ініціатив, а також впливу державної політики на стимулювання розвитку креативного сектору. Важливою складовою є також оцінка соціокультурної активності молоді, рівня розвитку громадських організацій, залучення до міжнародних культурних ініціатив.

З огляду на зазначене, системний підхід до аналізу соціокультурного впливу з використанням чітко визначених індикаторів дозволяє сформувати об'єктивну картину розвитку креативної економіки, оцінити ефективність політик, а також визначити напрямки для подальшого вдосконалення стратегій розвитку цього сектору в Україні. Такий аналіз стане важливим елементом у формуванні національної стратегії розвитку креативної економіки, що забезпечить стабільність та конкурентоспроможність України у глобальному культурно-економічному середовищі.

Практичні аспекти розвитку креативної економіки України.

Розвиток креативної економіки в Україні є невід'ємною складовою



загального економічного зростання та соціокультурного розвитку країни. Цей процес відображає прагнення до інтеграції у глобальні економічні процеси, формування національної ідентичності, підтримки інновацій та використання творчого потенціалу як рушійної сили економічного розвитку. Креативна економіка виступає ключовим чинником диверсифікації економічних моделей, забезпечуючи не лише економічну стабільність, але й сприяючи збереженню культурної спадщини та формуванню нового соціального середовища.

Сучасний стан креативної економіки в Україні демонструє позитивну динаміку, особливо у таких секторах, як ІТ-індустрія, цифрові технології, мода, кінематограф, реклама, музика, культурні ініціативи. Ці сектори забезпечують значний внесок у формування валового внутрішнього продукту, створюють нові робочі місця, підвищують експортний потенціал країни та сприяють формуванню позитивного міжнародного іміджу України [22]. Умови розвитку кожного сектору мають свої особливості, проте загальним для всіх є потреба в сприятливому регуляторному середовищі, доступі до фінансування, а також інтеграції у міжнародний економічний простір.

Важливу роль у розвитку креативної економіки відіграють регіональні ініціативи. Міста, такі як Київ, Львів, Харків, Одеса, виступають лідерами у розвитку креативного сектору, сприяючи формуванню нових можливостей для локального підприємництва, створення унікальних культурних продуктів, розвитку туристичної індустрії. Для прикладу, Львів відомий своїми ІТ-проектами та культурними фестивалями, Одеса – мистецькими заходами, а Київ – численними творчими просторами та хабами для молодих підприємців. Регіональні стратегії розвитку креативної економіки стають важливим фактором формування сталого економічного середовища на місцевому рівні.

Разом з тим, креативна економіка України стикається з низкою викликів. Перш за все, це фінансова обмеженість, що зумовлює обмежений доступ до ресурсів для підтримки креативних ініціатив. Недостатня розвиненість інфраструктури, обмежений доступ до ринків, а також слабка система захисту інтелектуальної власності є суттєвими бар'єрами для розвитку. Війна спричинила



додаткові труднощі, обмеживши доступ до міжнародного співробітництва та інвестицій, а також створила ризики для збереження культурної спадщини. Водночас, ці виклики стимулюють пошук нових моделей розвитку, акцентують увагу на цифровізації, створенні нових форматів мистецької продукції, розвитку онлайн-платформ для просування українського креативного продукту на міжнародні ринки [23].

У відповідь на ці виклики важливим є формування державної стратегії розвитку креативної економіки, яка повинна передбачати не лише фінансову підтримку, але й удосконалення регуляторного середовища, насамперед, створення умов для спрощення доступу до ринку, забезпечення правового захисту авторських прав, стимулювання інноваційних проєктів. Позитивним прикладом у цьому контексті є діяльність УКФ, який підтримує реалізацію локальних та національних проєктів у сфері культури, мистецтва, дизайну [24].

Особливу роль у практичному розвитку креативної економіки відіграє міжнародне партнерство. Співпраця з Європейським Союзом, участь у програмах Creative Europe, Horizon 2025 сприяє інтеграції України у міжнародний креативний простір, відкриває нові можливості для фінансування інноваційних проєктів, реалізації культурних ініціатив. Крім того, важливо активізувати співпрацю з міжнародними донорськими організаціями та фондами, які готові інвестувати у розвиток креативних індустрій України [25, с. 136]. Практика показує, що інтеграція українських проєктів у міжнародні програми дозволяє не лише залучати фінансові ресурси, але й впроваджувати передові технології, обмінюватися досвідом та забезпечувати сталість розвитку [23].

Інфраструктурний розвиток також є ключовим чинником практичного зростання креативної економіки. Це включає створення креативних хабів, просторів для розвитку стартапів, коворкінгів, культурних центрів, які стануть платформами для реалізації творчих ідей [26, с. 33]. Такі простори мають стати не лише фізичним місцем для роботи, а й осередком для нетворкінгу, взаємодії, обміну ідеями. Вони сприятимуть розвитку місцевого бізнесу, створенню нових



робочих місць та розвитку соціокультурного середовища.

Ключовим аспектом залишається розвиток системи освіти, яка повинна бути спрямована на формування креативного мислення, підприємницьких навичок, вмінь працювати з цифровими технологіями. Важливо активізувати співпрацю між освітніми закладами, бізнесом та громадськими організаціями для формування актуальних навчальних програм, які будуть відповідати потребам ринку праці. Підготовка фахівців, здатних генерувати інноваційні ідеї, працювати у сфері культурного підприємництва, є запорукою успішного розвитку креативного сектору.

У підсумку, практичний розвиток креативної економіки в Україні можливий за умови комплексного підходу до вирішення викликів, активного залучення міжнародного досвіду, розвитку інфраструктури, освітніх програм, удосконалення законодавчого середовища та державної підтримки. Забезпечення стабільного розвитку цього сектору сприятиме підвищенню економічної стійкості України, формуванню позитивного міжнародного іміджу та збереженню культурної ідентичності країни.

Огляд креативного сектору України.

Креативна економіка, як складова сучасного економічного розвитку, є багатограним феноменом, що охоплює різноманітні сфери діяльності, де основним ресурсом є інтелектуальний потенціал, творчість і здатність до інновацій. У глобальному контексті це поняття вже давно набуло вагомego значення, однак його національна інтерпретація має особливе значення для формування стратегій розвитку, враховуючи унікальні соціокультурні, економічні та історичні особливості України.

Український креативний сектор є відображенням процесів, спрямованих на формування і комерціалізацію ідей, що мають культурну, мистецьку чи інноваційну цінність. Це економічна діяльність, що базується на генерації інтелектуального продукту, розвитку креативних індустрій та забезпеченні їх конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках. Особливістю української креативної економіки є її тісний зв'язок із культурною



спадщиною, національною ідентичністю та соціокультурними практиками, що впливають на формування творчого середовища.

У цьому контексті прикладами успішного розвитку креативної економіки є українські бренди, такі як Bevza, Ksenia Schnaider, Sleeper, які активно просувають українську моду на міжнародних подіях. У сфері кінематографу, фільми, як-от "Додому" та "Атлантида", отримали визнання на міжнародних фестивалях. Українські ІТ-компанії, такі як SoftServe та EPAM, демонструють успішну інтеграцію у світовий ринок цифрових технологій.

Важливо відзначити, що креативна економіка України розвивається у контексті глобальних викликів, зокрема, цифровізації, інтеграції у світові ринки та посилення конкурентної боротьби за інтелектуальні ресурси. У цьому контексті визначення креативної економіки повинно включати не лише виробництво культурних продуктів, а й створення умов для розвитку інновацій, підтримки стартапів, комерціалізації інтелектуальної власності та розвитку технологічного підприємництва.

Варто відзначити, програми, підтримані Українським культурним фондом (УКФ), сприяють розвитку локальних культурних ініціатив, підтримують митців, створюють нові можливості для культурного підприємництва [23]. Важливою є також участь України у програмі Creative Europe, що дозволяє українським культурним продуктам виходити на міжнародні ринки.

Це свідчить про те, що, у контексті України креативну економіку можна визначити як сукупність економічних процесів, що базуються на створенні, виробництві, комерціалізації і розповсюдженні продуктів і послуг, де основним ресурсом виступає людський інтелект, творчість, інноваційний потенціал, а також здатність генерувати ідеї, які мають економічну, культурну та соціальну цінність. Вона охоплює такі сфери, як мистецтво, дизайн, ІТ, мода, кінематограф, медіа, реклама, культурні ініціативи, де ключовим фактором є унікальність, інноваційність та здатність створювати конкурентоспроможний продукт.

Унікальність цього визначення для України полягає в акценті на поєднанні традиційної культурної спадщини з новітніми технологічними можливостями.



Особливо, в умовах війни та економічної нестабільності, розвиток креативної економіки набуває особливого значення як драйвер соціокультурного відродження, зміцнення національної ідентичності та економічної стабільності. Креативні індустрії стають не лише джерелом економічного зростання, але й платформою для формування нових моделей взаємодії між державою, бізнесом та громадським суспільством.

Крім того, важливо підкреслити, що для українського контексту креативна економіка є інструментом посилення міжнародного іміджу країни. Участь у міжнародних культурних проєктах, інтеграція у глобальні ринки, просування українських культурних продуктів на міжнародну арену – усе це формує новий рівень міжнародної співпраці, сприяє залученню інвестицій та створенню умов для сталого розвитку.

З урахуванням вищесказаного, запропоноване визначення не тільки поглиблює наукове розуміння сутності креативної економіки, але й окреслює практичні орієнтири для розробки національних стратегій її розвитку. Це особливо актуально в умовах війни, цифровізації та прагнення до європейської інтеграції. Подальші дослідження будуть спрямовані на емпіричну перевірку цієї гіпотези, що дозволить поглибити знання про роль креативної економіки у формуванні сталого розвитку України.

Висновки. Дослідження розвитку креативної економіки України дозволило всебічно розкрити ключові аспекти формування цього сектору, його виклики, перспективи та можливості. Встановлено, що креативна економіка, як стратегічний напрям розвитку національного господарства, відіграє важливу роль у забезпеченні економічного зростання, інтеграції до міжнародних ринків, формуванні позитивного міжнародного іміджу та збереженні культурної ідентичності.

Аналіз наукових підходів до визначення поняття «креативна економіка» засвідчив існування різних трактувань, що охоплюють такі аспекти, як роль інтелектуальної власності, людського капіталу, соціокультурних факторів та комерціалізації творчих продуктів. Водночас, у більшості класичних концепцій



недостатньо враховано специфічні виклики, що стоять перед Україною, зокрема необхідність адаптації до європейських стандартів, наслідки війни та цифрову трансформацію. На основі проведеного аналізу у межах дослідження запропоновано власне визначення креативної економіки України, яке враховує національний контекст та сучасні глобальні тенденції.

Креативна економіка України — це система соціально-економічних процесів, що забезпечує створення, виробництво, комерціалізацію та розповсюдження інноваційних і культурних продуктів, де основними ресурсами виступають інтелектуальний потенціал, здатність до інновацій, соціокультурна ідентичність та стратегічна орієнтація на міжнародний ринок. Це визначення дозволяє чітко окреслити роль креативної економіки як чинника економічного розвитку, культурного відродження та інтеграції України у світовий економічний простір.

Дослідження підтвердило значний потенціал креативної економіки України, що формується завдяки поєднанню інтелектуальних ресурсів, творчості, інноваційних підходів і стратегічної державної підтримки. Виявлено, що ключові сектори, такі як ІТ, мода, мистецтво, кінематограф, реклама і медіа, демонструють позитивну динаміку розвитку та здатність інтегруватися у міжнародні ринки. Успішні кейси українських брендів, таких як Bevza, Ksenia Schnaider, Sleeper, а також міжнародне визнання кінематографічних проєктів підтверджують високий потенціал сектору.

Особливої уваги заслуговують проєкти, що спрямовані на збереження культурної самобутності в умовах війни. Насамперед, це ініціативи, що сприяють цифровізації культурного продукту та створенню онлайн-платформ для його збереження і поширення. Такі підходи дозволяють не лише зберігати культурні надбання, але й адаптувати їх до сучасних ринкових умов, що підтверджується зростанням кількості українських цифрових культурних проєктів, які набувають міжнародного визнання.

Також встановлено, що державні програми, зокрема діяльність Українського культурного фонду та участь у програмі Creative Europe,



створюють базис для інтеграції українського культурного продукту до світового ринку. Важливим є також розвиток ініціатив із залучення інвестицій, спрямованих на підтримку локальних культурних стартапів, що стає особливо актуальним у контексті післявоєнної відбудови країни. Водночас, виявлено низку викликів, серед яких — обмеженість фінансування, недостатня інфраструктура для залучення інвестицій, недосконалість механізмів захисту інтелектуальної власності та необхідність адаптації міжнародного досвіду до українських реалій.

Подальший розвиток креативної економіки потребує комплексного підходу, що включає забезпечення доступу до фінансування, створення сприятливого законодавчого середовища, стимулювання інноваційних ініціатив та створення умов для розвитку новаторських проєктів. Особливого значення набуває розвиток цифрових платформ, що сприятимуть комерціалізації українського культурного продукту на глобальному ринку. Важливим чинником також є інтеграція креативних ініціатив у міжнародні економічні програми та активізація міждержавного співробітництва у сфері культури та інновацій.

Ключовим напрямом є розвиток освітніх програм, орієнтованих на формування креативного мислення, підприємницьких навичок і здатності до інновацій. Освітні ініціативи повинні бути адаптовані до сучасних викликів і спрямовані на забезпечення молоді знаннями та практичними навичками, необхідними для успішної реалізації у сфері креативної економіки. Особливу увагу слід приділити розвитку цифрової грамотності, підтримці інноваційних проєктів і залученню молоді до процесів створення нових креативних продуктів.

Отже, креативна економіка України має всі передумови для стійкого розвитку, інтеграції у глобальні ринки та формування позитивного міжнародного іміджу країни. Її ефективний розвиток залежить від узгоджених дій держави, бізнесу та громадськості, а також від здатності адаптуватися до змінних умов сучасного глобального середовища. Поглиблений аналіз міжнародних практик, удосконалення регуляторного середовища, створення сприятливих умов для розвитку креативних індустрій стануть запорукою їхнього



сталого зростання та внеску у загальнонаціональний розвиток.

Література:

1. Дробахіна Т. О. Розвиток креативних індустрій на регіональному та місцевому рівнях: дис. ... д-ра філософії: 08.00.02. Дніпро, 2024. 267 с.
2. Копійка Д. В. Креативний імператив реконфігурації глобальної економіки: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05. Київ, 2019. 271 с
3. Дробахіна, Т. (2020). Креативні індустрії як стратегічний вектор розвитку території. В Матеріалах науковопрактичної конференції за міжнародною участю «Інноваційні інструменти забезпечення інвестиційного та інфраструктурного розвитку територій та громад» (с. 24-26). Дніпро : ДРІДУ НАДУ, Україна. URL: https://palsg.nmu.org.ua/ua/Sci/konf/2020_11_27_material_MUP.pdf (дата звернення: 12.03.2025)
4. Hofstede, G. (2013). Geert Hofstede's Research and VSM. Geert Hofstede. URL: <https://geerthofstede.com/research-and-vsm/vsm-2013/> (дата звернення: 12.03.2025)
5. Хокінс Дж. Креативна економіка: як люди заробляють гроші на ідеях. — Видавництво "Penguin", 2001
6. Florida R. The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life. — Basic Books, 2002. — с. 416.
7. Florida R. The Flight of the Creative Class. The New Global Competition for Talent. — HarperBusiness, HarperCollins, 2005. — с. 352
8. Диндар А. С. Регулювання арт-бізнесу в креативній економіці ЄС: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.02. Київ, 2019. 173 с
9. Чуль О. М. Регіональний розвиток креативних індустрій : дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05. Луцьк, 2015. 315 с.
10. Нікітенко В. О. Взаємодія освіти, культури, туризму та їх вплив на розвиток креативного потенціалу особистості в умовах інноваційно-інформаційного суспільства: дис. ... д-ра. філософ. наук: 09.00.03. Запоріжжя,



2020. 425 с.

11. Eriksson D, McCollum P (2019). The Cultural Influence on CSR. URL: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1322296/FULLTEXT01.pdf> (дата звернення: 12.03.2025)

12. UNCTAD, 2024. Creative economy booms, with services leading the growth. URL: <https://unctad.org/news/creative-economy-booms-services-leading-growth> (дата звернення: 12.03.2025)

13. UNCTAD, 2004. Creative Industries and Development. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/tdxibpd13_en.pdf (дата звернення: 12.03.2025)

14. Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. Cultures and Organizations: Software of the Mind. McGraw-Hill. 2010. URL: https://e-edu.nbu.bg/pluginfile.php/900222/mod_resource/content/1/G.Hofstede_G.J.Hofstede_M.Minkov%20-%20Cultures%20and%20Organizations%20-%20Software%20of%20the%20Mind%203rd_edition%202010.pdf (дата звернення: 12.03.2025)

15. Вайншенко М. Культура і міжнародні економічні відносини. Київ: Академія. 2023. 200 с.

16. Свидрук І. І. Концептуально-методологічні засади становлення креативного менеджменту в Україні в умовах глобалізації та постіндустріалізації: дис. ... д-ра. екон. наук: 08.00.03. Львів, 2019. 501 с

17. Живко М. А. Нова економіка у розвитку потенціалу європейських цивілізаційно-інтеграційних процесів: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.02. Тернопіль, 2018. 264 с

18. Дорошенко О. С. Становлення креативного сектору глобальної економіки. : дис. ... канд. екон. наук: 08.00.02. Київ, 2014. 188 с

19. Бредбері М. Культурний конфлікт: теорія, дослідження, практика. К.: Знання, 2012. 288 с.

20. Filip Friedrich, Victoria Granberg (2022). Towards Cultural Sustainability. URL: <https://kth.diva-portal.org/smash/get/diva2:1639873/FULLTEXT01.pdf> (дата



звернення: 12.03.2025)

21. Florida R. The Future of the American Workforce in the Global Creative Economy. Cato Institute. June 4th. – 2006. URL: <http://www.cato-unbound.org/2006/06/04/richard-florida/the-future-of-the-american-workforce-in-the-global-creative-economy/>. (дата звернення: 12.03.2025)

22. Центр економічного відновлення. (2020). Національна економічна стратегія 2030. URL: <https://nes2030.org.ua/> (дата звернення: 12.03.2025)

23. Український культурний фонд. URL: <https://ucf.in.ua/> (дата звернення: 11.03.2025)

24. Український культурний фонд. (2022, 12 серпня). Стан культури та креативних індустрій під час війни результати дослідження від Українського культурного фонду та МКІП України. URL: <https://ucf.in.ua/news/11082022> (дата звернення: 11.03.2025)

25. Чала В.С. Розвиток мегаполісів в структурі європейської економіки: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.02 Дніпропетровськ, 2012. 223 с

26. Орловська В.С. Конвергенція міського розвитку України та ЄС на основі імплементації спільних моделей креативізації мегаполісів/ В.С. Орловська// Економічний простір: зб. наук. праць. Вип.62 – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2012. – С.27-49.

Abstract. The article investigates the development of Ukraine's creative economy amid modern global challenges, including war, digitalization, and European integration. A terminological analysis of key approaches to defining the "creative economy" is conducted, based on national and international research. The study identifies key factors shaping the creative sector, such as intellectual potential, sociocultural identity, innovative activity, and international integration. A definition of Ukraine's creative economy is proposed, reflecting the specifics of the national context and current challenges while emphasizing the importance of cultural uniqueness in economic growth processes. The research findings aim to deepen the scientific understanding of the creative economy, outline its development prospects, and provide practical recommendations for Ukraine's integration into the European cultural and economic space.

Key words: creative economy, socio-cultural dimensions, globalization, innovation, socio-cultural identity, integration, development, digitalization.

Науковий керівник: д.е.н., проф. Чала В.С.

Статтю надіслано: 18.03.2025 р.

© Фоменко В.С