

ЕКОНОМІЧНА ТА СОЦІАЛЬНА ГЕОГРАФІЯ

УДК 338.1:330.341.1-042.75:338.4-026.15

DOI: <https://doi.org/10.25128/2519-4577.25.2.5>

Наталія ГУСЕВА, Олексій НЕМЕЦЬ

КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ ТА КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА:
ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКІВ

У статті досліджується концептуальні зв'язки між креативними індустріями та креативною економікою. Проаналізовано теоретичні підходи до визначення цих понять, розглянуто їх структурні елементи та внутрішні взаємозв'язки. На основі аналізу міжнародного досвіду та сучасних тенденцій запропоновано інтегративну модель співвідношення креативних індустрій та креативної економіки, що розкриває багаторівневий характер їх взаємодії на структурному, функціональному та ціннісному рівнях. Проаналізовано практичні аспекти взаємодії креативних індустрій та креативної економіки на основі актуальних статистичних даних та обґрунтовано їх значення для формування ефективної державної політики розвитку креативного сектору. Обґрунтовано роль креативних індустрій як рушійної сили інноваційного розвитку та соціально-економічних трансформацій в умовах креативної економіки.

Ключові слова: креативні індустрії, креативна економіка, креативний клас, креативний сектор, креативність, інновації, культурні індустрії, економічний розвиток, мультиплікативний ефект, структурний аналіз, інтегративна модель, державна політика, міжнародне співробітництво, Україна, ЮНКТАД, NESTA, ЮНЕСКО.

Abstract:

Nataliia HUSIEVA, Oleksii NIEMETS. CREATIVE INDUSTRIES AND THE CREATIVE ECONOMY: THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF INTERRELATIONSHIPS

The rapid development of creative industries and the formation of the creative economy as a new paradigm of economic growth actualizes the need for a deep theoretical understanding of the interrelationships between these concepts. Despite growing research in this field, fundamental problems remain unresolved, including conceptual uncertainty, fragmentation of research, underestimation of multi-level interactions, problems of statistical accounting and comparison of indicators of the creative sector development between countries and regions, and difficulties in developing effective state policies.

This study aims to theoretically substantiate the relationship between "creative industries" and "creative economy," analyze their structural elements, and develop an integrative model of their interaction at structural, functional, and value levels. The research methodology is based on comprehensive analysis of international experience, modern trends, and statistical data.

The evolution demonstrates transformation from cultural industries studied by the Frankfurt School in the 1930s to modern comprehensive economic phenomena. "Creative industries" was officially first used in 1998 by the UK DCMS, defining them as "those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property." The creative economy concept emerged later through contributions from John Howkins, Richard Florida, and Charles Landry.

Structural analysis reveals creative industries as economic sectors uniting enterprises, organisations and individual entrepreneurs whose activities are based on individual creativity, skills, and talent, creating high added-value products through intellectual property development. Various models have been developed by different organizations, including John Howkins (15 creative sectors), NESTA (four business models), UNCTAD (six types of creative outputs and about ten industry categories), and David Throsby's concentric circles model.

The creative economy is a broader concept encompassing not only creative industries but also socio-economic relations related to production, distribution, and consumption of creativity-based goods and services. Its structural elements include the creative class, creative industries, institutional environment, innovation and digital infrastructure, and creative spaces.

The proposed integrative model considers interaction at three levels. At the structural level, creative industries form the creative economy's core, with the creative class as driving force. At the functional level, creative industries generate ideas, innovations, and solutions that penetrate traditional sectors, while creative economy creates favorable development conditions. At the value level, creative industries form new value systems based on creativity, innovation, individuality, and cultural diversity.

Practical aspects demonstrate significant economic impact. According to UNCTAD, the creative economy in 2022 created 0.5-7.3 % of GDP and provided 0.5-12.5 % of workforce employment. Creative services exports reached \$1.4 trillion USD, nearly double creative goods exports (\$713 billion USD). Creative industries generate \$2.3 trillion USD annually worldwide (3.1% of global GDP), with projections reaching 10% by 2030.

The creative economy shows high multiplier effects: each creative job creates up to 1.9 jobs in related sectors, and every \$1 spent generates \$2.5 economic effect. For Ukraine, the creative sector represented 7 % of GDP in 2021, with potential exceeding 10%. Despite war challenges, Ukraine exported \$3.766 billion in creative services in 2022,

creating a \$3.042 billion positive trade balance.

The research concludes that creative industries and creative economy exist in complex multi-level interaction, with creative industries serving as the system-forming core, generating innovations and transforming socio-economic relations. The integrative model provides theoretical significance and practical value for effective state policy formation to stimulate creative sector development.

Keywords: creative industries, creative economy, creative class, creative sector, creativity, innovations, cultural industries, economic development, multiplier effect, structural analysis, integrative model, state policy, international cooperation, Ukraine, UNCTAD, NESTA, UNESCO.

Постановка науково-практичної проблеми, виділення невирішених раніше її частин. Швидкий розвиток креативних індустрій та формування креативної економіки як нової парадигми економічного зростання актуалізує потребу в глибокому теоретичному осмисленні взаємозв'язків між цими концепціями. Попри зростаючу кількість досліджень у цій сфері, залишаються нерозв'язаними низка принципових науково-практичних проблем. Серед них слід відзначити:

- *концептуальну невизначеність*, зокрема відсутність у сучасній науковій літературі єдиного підходу до визначення меж креативних індустрій і креативної економіки та співвідношення між цими поняттями. Різні міжнародні організації – UNCTAD, UNESCO, NESTA та інші – пропонують власні класифікації і структурні моделі, що створює методологічну плутанину та ускладнює порівняльні дослідження;

- *фрагментарність досліджень*, які зосереджуються переважно на окремих аспектах креативних індустрій або креативної економіки, не розкриваючи системного характеру їх взаємодії. Відсутні інтегративні моделі, які б пояснювали механізми впливу креативних індустрій на формування креативної економіки та зворотний вплив креативної економіки на розвиток креативних індустрій;

- *недооцінку багаторівневості взаємодії*, оскільки більшість досліджень розглядають креативні індустрії та креативну економіку на одному рівні аналізу, не враховуючи складність їх взаємозв'язків на структурному, функціональному та ціннісному рівнях;

- *складність розробки і реалізації ефективної державної політики підтримки креативного сектору* у зв'язку з відсутністю чіткого розуміння співвідношення креативних індустрій та креативної економіки. Політичні рішення часто базуються на інтуїтивному розумінні цих концепцій, що знижує їх результативність;

- *проблеми статистичного обліку, вимірювання економічного впливу та порівняння показників розвитку креативного сектору між країнами та регіонами* через різні підходи до структурування креативних індустрій та креативної економіки.

Звісно, наведені проблеми не вичерпують усього кола науково-практичних проблем, пов'язаних із креативними індустріями, креативною економікою та їх взаємозв'язками. Зазначені тільки ті, які безпосередньо чи опосередковано розглядаються в даному дослідженні. Основною науково-практичною проблемою є відсутність цілісного теоретичного розуміння характеру та механізмів взаємозв'язків між креативними індустріями та креативною економікою, що обумовлює необхідність розробки інтегративної моделі їх взаємодії на різних рівнях економічної системи.

Актуальність і новизна дослідження.

Актуальність дослідження взаємозв'язків між креативними індустріями та креативною економікою обумовлена стрімким розвитком креативного сектору як найбільш динамічної складової сучасної світової економіки. Креативна економіка формується як нова парадигма економічного зростання в постіндустріальному суспільстві, де креативність та інтелектуальний капітал стають ключовими факторами конкурентоспроможності. За прогнозами, до 2030 року на креативні індустрії може припадати до 10 % світового ВВП, що підтверджує їх зростаюче значення для глобальної економічної системи [26].

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування та визначення співвідношення між поняттями «креативні індустрії» та «креативна економіка», аналіз їх структурних елементів та взаємозв'язків, а також розробка інтегративної моделі їх взаємодії на структурному, функціональному та ціннісному рівнях. Для досягнення поставленої мети визначено такі **завдання дослідження**: проаналізувати еволюцію концепцій креативних індустрій та креативної економіки; дослідити їх структурні елементи та внутрішні взаємозв'язки; розробити інтегративну модель співвідношення креативних індустрій та креативної економіки, що розкриває багаторівневий характер їх взаємодії на структурному, функціональному та ціннісному рівнях; проаналізувати практичні аспекти взаємодії креативних індустрій та креативної економіки на основі актуальних статистичних даних та обґрунтувати їх значення для формування ефективної державної політики розвитку

креативного сектору.

Зв'язок теми дослідження з важливими науково-практичними завданнями. Вирішення сформульованої науково-практичної проблеми матиме важливе значення для удосконалення методологічних засад дослідження креативних індустрій та креативної економіки; підвищення ефективності державної політики стимулювання розвитку креативного сектору; оптимізації стратегічного планування розвитку креативних індустрій на різних рівнях управління; покращення міжнародного співробітництва у сфері креативної економіки через гармонізацію понятійно-термінологічного апарату. Дослідження креативних індустрій та креативної економіки мають важливе значення і для України. В умовах повномасштабної війни та поствоєнного відновлення креативний сектор економіки набуває особливого значення як інструмент економічної реабілітації, збереження культурної ідентичності та міжнародної інтеграції [1-3; 5; 6-8 та інші].

Аналіз попередніх досліджень. Дослідження креативних індустрій та креативної економіки активно розвиваються протягом останніх двох десятиліть, утворивши потужний науковий доробок. Ще в 2022 році Homero Rodriguez-Insuasti, Nestor Montalvan-Burbano, Otto Suarez-Rodriguez, Marcela Yonfa-Medranda and Katherine Parrales-Guerrero в своєму дослідженні «Creative Economy: A Worldwide Research in Business, Management and Accounting», аналізуючи базу даних Scopus у предметній області бізнесу, менеджменту та бухгалтерського обліку, зазначали, що креативний сектор є швидко зростаючою областю досліджень, представленою 687 статтями, 1340 авторами та 64 країнами [25].

Концепції креативних індустрій та креативної економіки виникли як засіб привернути увагу до ролі творчості як рушійної сили в сучасному економічному житті, стверджуючи, що економічний та культурний розвиток не є відокремленими, а можуть бути частиною більшого процесу розвитку [27]. Аналіз наукової літератури демонструє мультидисциплінарний характер досліджень, які охоплюють економічні, соціологічні, культурологічні, управлінські та політологічні аспекти функціонування креативних індустрій та креативної економіки.

Виклад основного матеріалу

1. Еволюція концепцій креативних індустрій та креативної економіки

Хоча перші згадування креативних індустрій можна знайти ще в 1994 році в австралійському звіті «Creative Nation» [27], офіційно

цей термін вперше був використаний у 1998 році в звіті «The Creative Industries Mapping Document» британського урядового Департаменту культури, медіа та спорту (DCMS), щоб розширити визначення культурного сектору та простежити за структурними змінами, зумовленими розвитком нових технологій. DCMS визначив креативні індустрії як «сукупність галузей економіки, які базуються на індивідуальній творчості, майстерності і таланті та мають потенціал для створення багатства і робочих місць через створення й використання інтелектуальної власності» [12].

Важливо розуміти, що креативні індустрії розвинулися з культурних індустрій, дослідженнями яких займалися дослідники Франкфуртської школи економіки Theodor Adorno і Max Horkheimer. Вони ще в першій половині минулого століття досліджували питання аналізу масового виробництва та комерціалізації культури в капіталістичному суспільстві [22]. Термін «культурні індустрії» вперше був використаний уже в 1930-х роках, хоча і в критичному сенсі [20-21]. Технологічна та ІТ-революції, які створили нові інструменти для виробництва та комунікації культури, а також нові види культурної діяльності, обумовили зміну культурних індустрій на креативні. Традиційне визначення «культурні індустрії» перетворилося на ширше – «креативні індустрії», а потім на поняття «культурні та креативні індустрії», що використовується Європейським Союзом, враховуючи відмінності між цими двома категоріями діяльності. Культурні індустрії асоціюються з «традиційними» секторами, такими як культурна спадщина, візуальне та виконавське мистецтво, видавнича справа, музика, кіно, радіо, телебачення, друк та фотографія, тоді як категорія креативних індустрій починає включати новий сектор цифрової економіки, зокрема програмне забезпечення та ІТ-послуги [20].

Концепція креативної економіки з'явилася дещо пізніше. Її еволюційний розвиток та розуміння сформовані на основі наукових розробок основоположників цієї теорії – John Howkins (концепція креативної економіки) [15], Richard Florida (концепція креативного класу) [16] та Charles Landry (концепція креативного міста) [18-19]. Так, John Howkins у своїй праці «The Creative Economy: How People Make Money from Ideas» (2001 р.) описав креативну економіку як нову економічну систему, де цінність визначається не традиційними ресурсами, такими як земля чи капітал, а залежить від оригінальності та креативності. Він зазначав, що основою креативної економіки є

галузі, які виробляють та розповсюджують креативні продукти, що мають економічну цінність та захищені законами про інтелектуальну власність [15]. Richard Florida у своїй роботі «The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life» (2002 р.) розширив концепцію креативної економіки, акцентуючи увагу на формуванні нового соціального класу – креативного. Він визначив креативну економіку як економіку, рушійною силою якої є творчі люди, «креативний клас», чия робота пов'язана зі створенням нових ідей, технологій та креативного контенту. До цього класу він відносив людей, які займаються наукою та інженерією, архітектурою та дизайном, освітою, мистецтвом, музикою та розвагами, створюючи економічну цінність своєю творчою діяльністю [16].

З часом розуміння креативних індустрій

та креативної економіки еволюціонувало. UNCTAD у своїй доповіді «Creative Economy Report» (2008 р.) визначила креативну економіку як «еволюціонуючу концепцію, що базується на творчих активах, які потенційно генерують економічне зростання та розвиток», а креативні індустрії – як «цикли створення, виробництва та розповсюдження товарів і послуг, які використовують креативність та інтелектуальний капітал як основні фактори виробництва» [10] (табл. 1). UNESCO розробила власну класифікацію культурних і креативних індустрій, розглядаючи їх у контексті культурного різноманіття та сталого розвитку. У своїх документах та ініціативах UNESCO наголошує на ключовій ролі креативної економіки та креативних індустрій у сучасному світі [9; 17; 24 та інші].

Таблиця 1

Порівняльна характеристика креативних індустрій та креативної економіки згідно Комісії ООН з торгівлі та розвитку (United Nations Commission on Trade and Development, UNCTAD)
(складено авторами за [10])

Характеристика	Креативні індустрії	Креативна економіка
Сутність	цикли створення, виробництва та розповсюдження товарів і послуг, які використовують креативність та інтелектуальний капітал як основні фактори виробництва	еволюціонуюча концепція, що базується на творчих активах, які потенційно генерують економічне зростання та розвиток
Склад	являють собою сукупність видів діяльності, що базуються на знаннях, зосереджені на мистецтві, але не обмежуються ним; включають матеріальні продукти та нематеріальні інтелектуальні або мистецькі послуги, що мають творчий зміст, економічну цінність та ринкові цілі	являє собою сукупність видів економічної діяльності, що ґрунтується на знаннях, має вимір розвитку та наскрізні зв'язки на макро- та мікрорівні з економікою в цілому; охоплює економічні, культурні та соціальні аспекти, що взаємодіють з технологіями, інтелектуальною власністю та цілями туризму
Значення	потенційно генерують доходи від торгівлі та прав інтелектуальної власності	може сприяти генеруванню доходів, створенню робочих місць та експортних надходжень, водночас сприяючи соціальній інтеграції, культурному розмаїттю та людському розвитку
Місце в структурі економіки	становлять новий динамічний сектор у світовій торгівлі; знаходяться на перехресті між ремісничим сектором, сектором послуг та промисловим сектором	реальний варіант розвитку, що вимагає інноваційних, міждисциплінарних політичних рішень та міжвідомчих дій. В основі креативної економіки лежать креативні індустрії.

2. Структура креативних індустрій та креативної економіки

Креативні індустрії в сучасному розумінні – це сектор економіки, що об'єднує підприємства, організації й індивідуальних підпри-

ємців, діяльність яких базується на індивідуальній творчості, навичках і таланті, та результатом якої є створення продуктів з високою доданою вартістю через розробку і використання об'єктів інтелектуальної власності.

Питання структури креативних індустрій потребує окремого глибокого дослідження, оскільки в сучасній науковій літературі зустрічається значна кількість їх моделей. Для прикладу наведемо декілька моделей, розроблених «батьком» концепції креативної економіки John Howkins, Національним фондом підтримки науки, технологій та мистецтв Великої Британії (National Endowment for Science, Technology and the Arts, NESTA), Комісією ООН з торгівлі та розвитку (United Nations Commission on Trade and Development, UNCTAD) та австралійським дослідником David Throsby. John Howkins виділяв 15 креативних секторів, в основі яких лежать креативність та інновації: 1) реклама (advertising); 2) архітектура (arc-

hitecture); 3) мистецтво (art); 4) крафтове ремесло (crafts); 5) дизайн (design); 6) мода (fashion); 7) фільми, кіноіндустрія (film); 8) музика (music); 9) виконавське мистецтво (performing arts); 10) видавнича справа (publishing); 11) наукові дослідження і розробки (research and development, r&d); 12) програмне забезпечення (software); 13) ігри (games); 14) телебачення та радіо (tv and radio); 15) відео, відеопродукція (video) [15]. Згідно NESTA, в основі креативних індустрій лежать чотири бізнес-моделі, пов'язані з культурними та креативними процесами, що охоплюють бізнес-модель, ланцюг створення вартості, ринкові структури та кінцеві продукти в межах кожної групи [23] (рис. 1).



Рис. 1. Модель структури креативних індустрій згідно Національного фонду підтримки науки, технологій та мистецтв Великої Британії (National Endowment for Science, Technology and the Arts, NESTA) (побудовано авторами за [23])

Модель UNCTAD базується на шести типах креативних результатів та близько десяти галузевих категоріях [10] (рис. 2).

David Throsby (2008 р.) розробив модель концентричних кіл культурних індустрій (рис. 3). Ця модель структурує культурні індустрії у вигляді концентричних кіл, де в центрі знаходяться «основні творчі мистецтва» (література, музика, виконавське і візуальне мистецтва), які створюють культурні ідеї та цінності. Наступні кола включають «інші основні культурні індустрії» (кіно, музеї, галереї, бібліотеки, фотографія), «ширші культурні індустрії» (послуги у сфері спадщини, видавнича справа

та друковані ЗМІ, звукозапис, телебачення та радіомовлення, відео та комп'ютерні ігри) та «суміжні індустрії» (реклама, архітектура, дизайн, мода), при цьому пропорція культурного до комерційного контенту зменшується в міру віддалення від центру [28].

Креативна економіка є ширшим поняттям, що охоплює не лише безпосередньо креативні індустрії, але й систему соціально-економічних відносин, пов'язаних з виробництвом, розподілом та споживанням товарів і послуг, створених на основі креативності та інтелектуального капіталу (рис. 4).

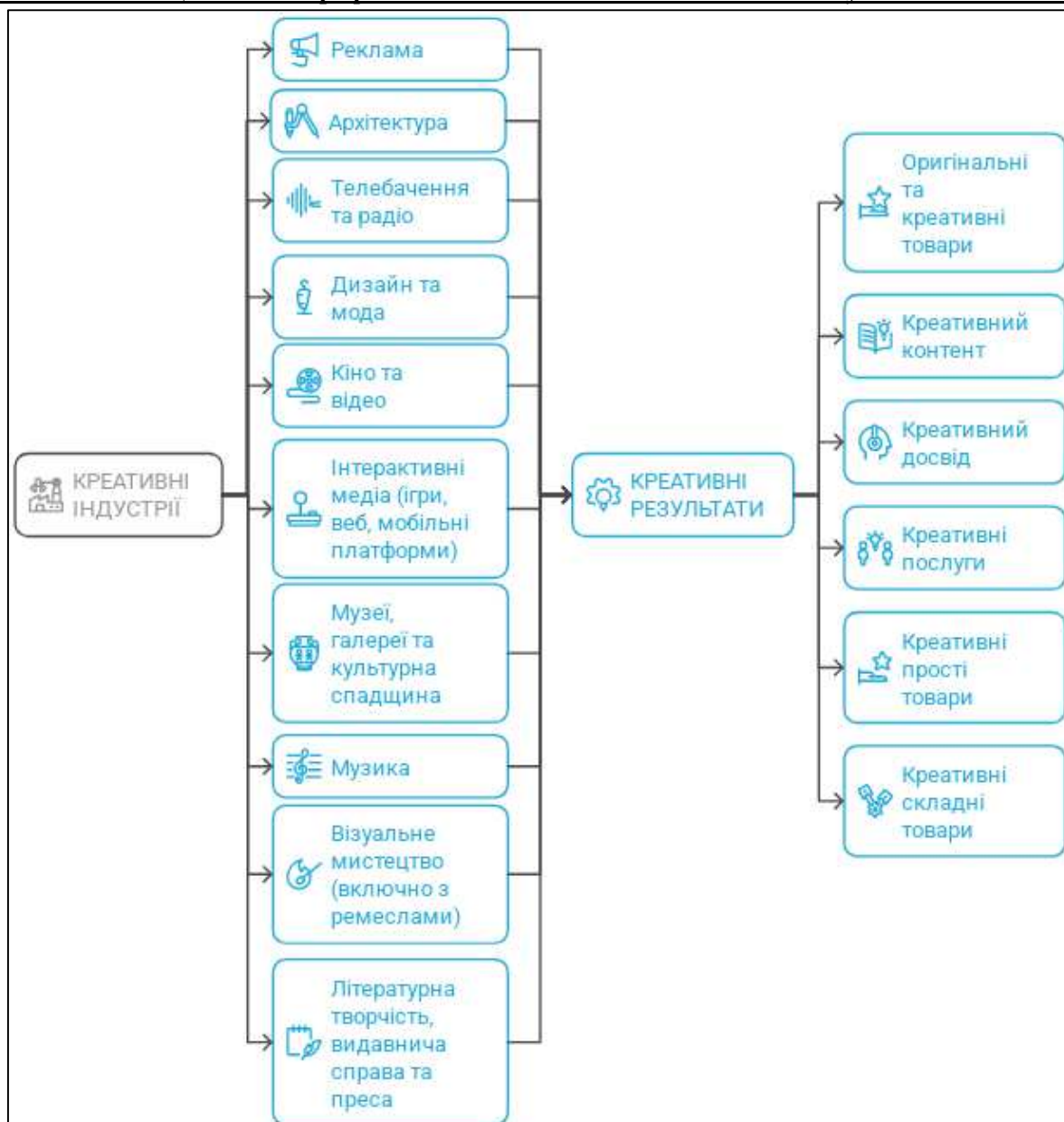


Рис. 2. Модель структури креативних індустрій згідно Комісії ООН з торгівлі та розвитку (United Nations Commission on Trade and Development, UNCTAD) (побудовано авторами за [10])

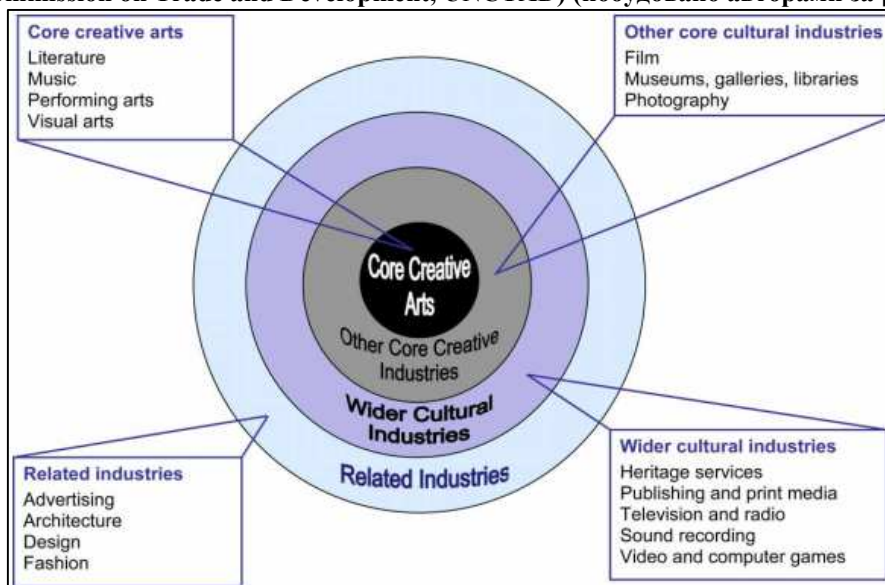


Рис. 3. Модель концентричних кіл культурних індустрій David Throsby [28]

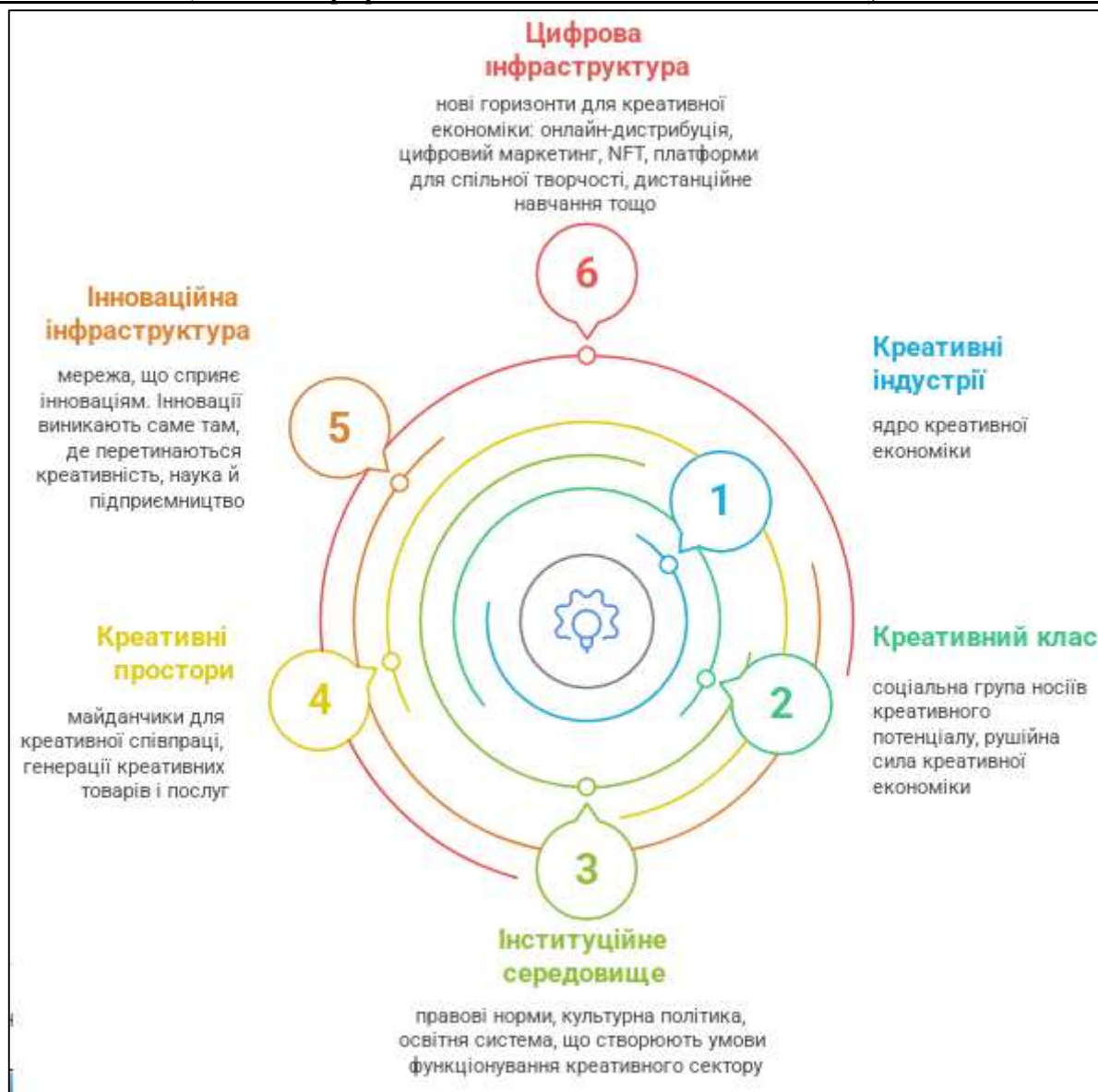


Рис. 4. Структурні елементи креативної економіки (побудовано авторами)

3. Співвідношення креативних індустрій та креативної економіки: інтегративна модель

На основі проведеного аналізу пропонується інтегративна модель співвідношення креативних індустрій та креативної економіки, яка розглядає їх взаємодію на трьох рівнях – структурному, функціональному та ціннісному.

Структурний рівень. На структурному рівні креативні індустрії складають ядро креативної економіки, формуючи її базовий сектор. Рушійною силою креативних індустрій та креативної економіки виступає креативний клас. Проте креативна економіка також включає інші структурні елементи (рис. 4), що характерні і для традиційних секторів економіки, але трансформуються під впливом креативності та інновацій. Виникає система концентричних кіл, де креативні індустрії та креативний клас

знаходяться в центрі, а навколо них формуються зони креативного впливу на традиційні сектори економіки.

Функціональний рівень. На функціональному рівні креативні індустрії виконують роль генератора ідей, інновацій та креативних рішень, які потім проникають у традиційні сектори економіки, підвищуючи їх конкурентоспроможність та інноваційний потенціал. Креативна економіка, у свою чергу, створює сприятливе середовище для розвитку креативних індустрій через формування відповідної інфраструктури, інституційних умов та ринків збуту.

Ціннісний рівень. На ціннісному рівні креативні індустрії формують нову систему цінностей, засновану на креативності, інноваційності, індивідуальності та культурному різноманітті. Ця система цінностей обумовлює постійні трансформації креативної економіки.

Так, змінюються моделі споживання, мотивація працівників, форми зайнятості, організаційна культура тощо.

4. Практичні аспекти взаємодії креативних індустрій та креативної економіки

Креативна економіка стрімко зростає, особливо в країнах, що розвиваються, і робить значний внесок в економічний розвиток та створення робочих місць. Дослідження UNCTAD показує, що креативна економіка в 2022 році створювала від 0,5 до 7,3 % ВВП та забезпечувала зайнятість від 0,5 до 12,5 % робочої сили в країнах, за якими є дані. Крім того, загальний обсяг експорту креативних послуг у 2022 році сягнув рекордних 1,4 трлн. доларів США, що майже вдвічі перевищило експорт креативних товарів (713 млрд. доларів США), підкреслюючи значний внесок сектору в міжнародну торгівлю. Експорт креативних товарів і послуг при цьому склав відповідно 3 та 21 % від загального експорту товарів і послуг світу [10; 13].

Креативна економіка є важливим рушієм глобального та регіонального економічного зростання, незважаючи на те, що вона є однією з тих, що найбільше постраждали від пандемії COVID-19 та є вразливою до викликів середовища, яке швидко змінюється. Креативні індустрії генерують щорічний дохід у розмірі майже 2,3 трлн. доларів США у всьому світі, що становить 3,1 % світового ВВП [10]. Прогнози вказують на те, що до 2030 року на них може припадати до 10 % світового ВВП, що відображає їх зростаюче значення [26]. Крім того, за оцінками ЮНЕСКО, в 2022 році на креативні індустрії припадало 6,2 % глобальної зайнятості, що забезпечило роботою приблизно 50 млн. осіб по всьому світу. При цьому креативні індустрії працевлаштовують більше молодих людей (15-29 років), ніж інші традиційні сектори економіки [13].

Креативна економіка характеризується високим мультиплікативним ефектом: за оцінками експертів, кожне робоче місце в креативних індустріях створює до 1,9 робочих місць у суміжних секторах [14]. За іншими дослідженнями, кожен 1 долар, витрачений у креативному секторі, генерує 2,5 долара економічного ефекту [11]. Креативні індустрії також стимулюють інновації та технологічний розвиток, що підвищує ефективність економіки в цілому.

Креативні індустрії та креативна економіка сприяють формуванню нового типу зайнятості, що характеризується високим рівнем автономності, гнучкості та індивідуалізації трудових відносин. Розвиток креативного сек-

тору супроводжується появою нових професій та компетентностей, а також трансформацією освітньої системи.

Стосовно України слід зазначити, що за результатами дослідження Центру розвитку креативної економіки, креативний сектор у 2021 році становив 7 % від ВВП України, проте його можливості дозволяють досягти показника понад 10 %. Таке підвищення частки креативної економіки може забезпечити зростання ВВП на 182,1 млрд. грн., експортних надходжень – на 95,6 млрд. грн., а валового прибутку компаній – на 92,7 млрд. грн. [5].

Початок повномасштабної війни у 2022 році поставив креативну економіку України перед серйозними викликами, що негативно вплинуло на всю національну економіку. Незважаючи на складну ситуацію, представники креативного сектору продовжують працювати, пристосовуючись до нових реалій, а міжнародні партнери активно підтримують українських спеціалістів, забезпечуючи їхню безпеку та сприяючи відновленню роботи через різноманітні програми як в Україні, так і за її межами. За 2022 рік Україна експортувала креативних послуг на 3766 млн. дол. при імпорті 724 млн. дол., що створило позитивне торговельне сальдо в розмірі 3042 млн. дол. Згідно з даними Державної служби статистики, креативні послуги склали 41,1 % загального експорту послуг (порівняно з 30,1 % у 2021 році). З цих 41,1 % основну частку – 40,5% – займають телекомунікаційні, комп'ютерні та інформаційні послуги, 0,4 % припадає на роялті, а 0,2 % – на культурні та рекреаційні послуги, що демонструє домінування ІТ-сфери у структурі експорту креативних індустрій [5].

Креативні індустрії відіграють важливу роль у розвитку територіальних громад та регіонів України, формуючи їх унікальну ідентичність та забезпечуючи збереження національної культурної спадщини [5].

Висновки та перспективи використання результатів дослідження. Проведений аналіз дозволяє констатувати, що креативні індустрії та креативна економіка перебувають у складній багаторівневій взаємодії. Креативні індустрії виступають системоутворюючим ядром креативної економіки, генеруючи інновації, формуючи нові бізнес-моделі та трансформуючи соціально-економічні відносини. Креативна економіка, у свою чергу, створює сприятливе середовище для розвитку креативних індустрій через формування відповідної інфраструктури, інституційних умов та ринків збуту.

Запропонована інтегративна модель

співвідношення креативних індустрій та креативної економіки дозволяє глибше зрозуміти механізми їх взаємодії на структурному, функціональному та ціннісному рівнях, що має не

лише теоретичне значення, але й практичну цінність для формування ефективної державної політики стимулювання розвитку креативного сектору.

Література:

1. Безугла Л. С., Лазакович І. І. Креативні індустрії та креативна економіка: досвід України в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 63. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-30>
2. Давимука С. А., Федулова Л. І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія. ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України». Львів, 2017. 528 с. URL : <https://ird.gov.ua/irdp/p20170702.pdf>
3. Гетманцев Д. Роль креативних індустрій в економіці післявоєнної України. *Економічна правда*. 21 грудня 2022. URL : <https://epravda.com.ua/columns/2022/12/21/695268/>
4. Гусева Н. В., Немець О. К. Взаємодія креативних індустрій та креативної економіки: теоретичний та практичний аспекти. *IV Міжнародна науково-практична конференція «Міждисциплінарні інтеграційні процеси у системі географічної, туристологічної та екологічної науки» (м. Тернопіль, 15 травня 2025 р.)*. Тернопіль, 2025 (у друці).
5. Креативні індустрії: їх роль та місце у сучасному українському суспільстві. *Міністерство культури та стратегічних комунікацій України*. 11. 03. 2024. URL : <https://mcsc.gov.ua/news/kreatyvni-industriyi-yih-rol-ta-misce-u-suchasnomu-ukrayinskomu-suspilstvi/>
6. Кукса І. М., Петухова Т. О. Креативна економіка як елемент інноваційної та стійкої стратегії розвитку України. *Ефективна економіка*. 2017. № 12. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6555>
7. Литовченко І. В., Томах В. В. Creative economy: opportunities for rebuilding Ukraine. *Науковий Вісник Херсонського державного університету. Серія. Економічні науки*. 2023. Вип. 48. С. 10-18. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2023-48-2>
8. Свінцицька О. М., Ткачук В. О. Креативна економіка та креативні індустрії. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 218 с. URL : <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi71/0051578.pdf>
9. 2005 Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions. *UNESCO*. URL : <https://www.unesco.org/creativity/en/2005-convention>
10. Creative Economy Outlook 2024. Technical and statistical report. *United Nations Conference on Trade and Development*. URL : https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2024d2_en.pdf
11. Creative Industries. *International Finance Corporation*. URL : <https://www.ifc.org/en/what-we-do/sector-expertise/creative-industries?utm>
12. Creative Industries Mapping Documents 1998. *Department for Digital, Culture, Media & Sport*. URL : <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>
13. Datta N., Melchor M., Laclé J. Five ways creative and cultural industries respond to youth job challenges. *WorldBank blogs*. October 05, 2023. URL : <https://blogs.worldbank.org/en/jobs/five-ways-creative-and-cultural-industries-respond-youth-job-challenges>
14. Gutierrez-Posada D., Kitsos T., Nathan M., Nuccio M. Do creative industries generate multiplier effects? Evidence from UK cities, 1997-2018. City-REDI, the University of Birmingham; University College London. July, 2021. URL : <https://pec.ac.uk/wp-content/uploads/2023/09/Do-Creative-Industries-Generate-Multiplier-Effects-Evidence-from-UK-cities-1997-2018-PEC-Discussion-Paper-July-2021-1.pdf>
15. Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. London: Allen Lane, 2001. 271 p.
16. Florida R. The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. New York: Basic Books, 2002. 434 p.
17. International Year of Creative Economy for Sustainable Development 2021. *UNESCO*. URL : <https://www.unesco.org/en/years/international-year-creative-economy-sustainable-development-2021>
18. Landry C., Bianchini F. The Creative City. Bournes Green, Comedia/Demos, 1995. 60 p. URL : <https://demos.co.uk/wp-content/uploads/files/thecreativecity.pdf>
19. Landry C. The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators. London: Earthscan, 2000. 300 p. URL : <https://archive.org/details/creativecitytool0000land/page/n9/mode/2up>
20. Mapping Strategy and CCI Classification: D.T1.2.1. Mapping toolkit. 2019. URL : <https://programme2014-20.interreg-central.eu/Content.Node/COCO4CCI/D.T1.2.1---MAPPING-STRATEGY-AND-CCI-CLASSIFICATION.pdf>
21. Niemets O. The creative economy: the experience of the United Kingdom. *Регіон – 2025: суспільно-географічні аспекти: матеріали міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців (м. Харків, 25 квітня 2025 р.)* / Гол. ред. колегії Л. М. Немець. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2025 (у друці).
22. Niemets O. Socio-geographical aspects of the evolution of the creative economy. *Суспільно-географічні чинники розвитку регіонів: матеріали X Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції / за ред. Ю. М. Барського та В. Й. Лажника, м. Луцьк, 15-16 травня 2025 р.* Луцьк: ФОП Мажула Ю. М., 2025. 215 с. С. 9-13. URL : https://konfgeolutsk.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/05/conf_2025_may_final.pdf
23. National Endowment for Science, Technology and the Arts. *GOV.UK*. URL : <https://www.gov.uk/government/organisations/national-endowment-for-science-technology-and-the-arts>
24. Re|Shaping Policies for Creativity – Addressing culture as a global public good. *UNESCO*. URL : <https://www.unesco.org/reports/reshaping-creativity/2022/en>
25. Rodriguez-Insuasti H., Montalvan-Burbano N., Suarez-Rodriguez O., Yonfa-Medrand M., Parrales-Guerrero K. Creative Economy: A Worldwide Research in Business, Management and Accounting. *Sustainability*. Vol. 14. Is. 23. DOI: <https://doi.org/10.3390/su142316010>
26. Shapiro S. The Creative Economy Is Booming. Why Aren't Creatives? *Forbes*. May 13, 2024. URL : <https://www.forbes.com/sites/shainshapiro/2024/05/13/the-creative-economy-is-booming-why-are-creatives-not/>
27. The Creative Economy: Key Concepts and Literature Review Highlights. *From: Creative Economy Literature Review. Presented by the Creative Nova Scotia Leadership Council in Partnership with the Nova Scotia Department of Communities,*

Culture, and Heritage. 2012. URL : https://cch.novascotia.ca/sites/default/files/inline/documents/creative-economy-synthesis_201305.pdf

28. Throsby D. The concentric circles model of the cultural industries. *Cultural Trends*. 2008. Vol. 17. Is. 3. Pp. 147-164. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/09548960802361951>

Reference:

1. Bezuhla, L., Lazakovich, I. (2024). Creative industries and creative economy: experience of Ukraine during war. *Economy and Society*, 63. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-30> [In Ukrainian].
2. Davymuka, S. A., Fedulova, L. I. (2017). Creative economy sector: experience and directions of development. Lviv: Dolishniy Institute of Regional Research of NAS of Ukraine. URL : <https://ird.gov.ua/irdp/p20170702.pdf> [In Ukrainian].
3. Hetmantsev, D. (2022). The role of creative industries in the economy of post-war Ukraine. *Ekonomichna Pravda*. URL : <https://pravda.com.ua/columns/2022/12/21/695268/> [In Ukrainian].
4. Husieva, N. V., Niemets, O. K. (2025). Interaction of creative industries and creative economy: theoretical and practical aspects. *IV International Scientific and Practical Conference «Interdisciplinary integration processes in the system of geographical, tourism and environmental science*. Ternopil (in press) [In Ukrainian].
5. Creative industries: their role and place in modern Ukrainian society (2024). *Ministry of Culture and Strategic Communications of Ukraine*. URL : <https://mcsc.gov.ua/news/kreatyvni-industriyi-yih-rol-ta-misce-u-suchasnomu-ukrayinskomu-suspilstvi/> [In Ukrainian].
6. Kuksa, I., Pyetukhova, T. (2017). The creative economy as an element of innovative and sustainable development strategy of Ukraine. *Efektivna ekonomika*, 12. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6555> [In Ukrainian].
7. Lytovchenko, Y., Tomakh, V. (2023). Creative economy: opportunities for rebuilding Ukraine. *Scientific Bulletin of Kherson State University. Series «Economic Sciences»*, 48, 10-18. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2023-48-2> [In English].
8. Svintsytska, O. M., Tkachuk, V. O. (2020). Creative economy and creative industries. Zhytomyr Polytechnic State University URL : <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi71/0051578.pdf> [In Ukrainian].
9. 2005 Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions. *UNESCO*. URL : <https://www.unesco.org/creativity/en/2005-convention> [In English].
10. Creative Economy Outlook 2024. Technical and statistical report. *United Nations Conference on Trade and Development*. URL : https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2024d2_en.pdf [In English].
11. Creative Industries. *International Finance Corporation*. URL : <https://www.ifc.org/en/what-we-do/sector-expertise/creative-industries?utm> [In English].
12. Creative Industries Mapping Documents 1998. *Department for Digital, Culture, Media & Sport*. URL : <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998> [In English].
13. Datta, N., Melchor, M., Laclé, J. (2023). Five ways creative and cultural industries respond to youth job challenges. *WorldBank blogs*. URL : <https://blogs.worldbank.org/en/jobs/five-ways-creative-and-cultural-industries-respond-youth-job-challenges> [In English].
14. Gutierrez-Posada, D., Kitsos, T., Nathan, M., Nuccio, M. (2021). Do creative industries generate multiplier effects? Evidence from UK cities, 1997-2018. City-REDI, the University of Birmingham; University College London. URL : <https://pec.ac.uk/wp-content/uploads/2023/09/Do-Creative-Industries-Generate-Multiplier-Effects-Evidence-from-UK-cities-1997-2018-PEC-Discussion-Paper-July-2021-1.pdf> [In English].
15. Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Allen Lane [In English].
16. Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books [In English].
17. International Year of Creative Economy for Sustainable Development 2021. *UNESCO*. URL : <https://www.unesco.org/en/years/international-year-creative-economy-sustainable-development-2021> [In English].
18. Landry, C., Bianchini, F. (1995). *The Creative City*. Bournes Green, Comedia/Demos. URL : <https://demos.co.uk/wp-content/uploads/files/thecreativecity.pdf> [In English].
19. Landry, C. (2000). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London: Earthscan. URL : <https://archive.org/details/creativecitytool0000land/page/n9/mode/2up> [In English].
20. Mapping Strategy and CCI Classification: D.T1.2.1. Mapping toolkit. (2019). URL : <https://programme2014-20.interreg-central.eu/Content.Node/COCO4CCI/D.T1.2.1---MAPPING-STRATEGY-AND-CCI-CLASSIFICATION.pdf> [In English].
21. Niemets, O. (2025). The creative economy: the experience of the United Kingdom. *International Scientific and Practical Conference for Students, Post-graduate Students and Young Researchers «Region: human-geographical aspects»*. Kharkiv (in press) [In English].
22. Niemets, O. (2025). Socio-geographical aspects of the evolution of the creative economy. *International scientific and practical Internet conference «Human geographical factors of regional development»*. Lutsk, 9-13. URL : https://konfgeolutsk.wordpress.com/wp-content/uploads/2025/05/conf_2025_may_final.pdf [In English].
23. National Endowment for Science, Technology and the Arts. *GOV.UK*. URL : <https://www.gov.uk/government/organisations/national-endowment-for-science-technology-and-the-arts> [In English].
24. Reshaping Policies for Creativity – Addressing culture as a global public good. *UNESCO*. URL : <https://www.unesco.org/reports/reshaping-creativity/2022/en> [In English].
25. Rodriguez-Insuasti, H., Montalvan-Burbano, N., Suarez-Rodriguez, O., Yonfa-Medrand, M., Parrales-Guerrero, K. (2022). Creative Economy: A Worldwide Research in Business, Management and Accounting. *Sustainability*, 14 (23). DOI: <https://doi.org/10.3390/su142316010> [In English].
26. Shapiro, S. (2024). The Creative Economy Is Booming. Why Aren't Creatives? *Forbes*. URL : <https://www.forbes.com/sites/shainshapiro/2024/05/13/the-creative-economy-is-booming-why-are-creatives-not/> [In English].
27. The Creative Economy: Key Concepts and Literature Review Highlights (2012). *From: Creative Economy Literature Review. Presented by the Creative Nova Scotia Leadership Council in Partnership with the Nova Scotia Department of Communities, Culture, and Heritage*. URL : https://cch.novascotia.ca/sites/default/files/inline/documents/creative-economy-synthesis_201305.pdf [In English].
28. Throsby, D. (2008). The concentric circles model of the cultural industries. *Cultural Trends*, 17 (3), 147-164. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/09548960802361951> [In English].

Надійшла до редакції 18.05.2025 р.