

ЗАБАЛДІНА Юлія <https://orcid.org/0000-0003-2741-5604>

к. е. н., доцент, доцент кафедри
туризму та менеджменту креативних
індустрій
Державного торговельно-економічного
університету
вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна
y.zabaldina@knute.edu.ua

ZABALDINA Yuliia <https://orcid.org/0000-0003-2741-5604>

PhD (Economics), Associate Professor,
Associate Professor at the Department
of Tourism and Creative Industries Management
State University of Trade and Economics
19, Kyoto St., Kyiv, 02156, Ukraine
y.zabaldina@knute.edu.ua

ТКАЧЕНКО Тетяна <https://orcid.org/0000-0003-4179-5869>

д. е. н., професор, завідувач кафедри туризму
та менеджменту креативних індустрій
Державного торговельно-економічного
університету
вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна
t.tkachenko@knute.edu.ua

TKACHENKO Tetyana <https://orcid.org/0000-0003-4179-5869>

Doctor of Science (Economics), Professor,
Head of the Department of Tourism and
Creative Industries Management
State University of Trade and Economics
19, Kyoto St., Kyiv, 02156, Ukraine
t.tkachenko@knute.edu.ua

ХЛОПЯК Сергій <https://orcid.org/0000-0003-1002-5888>

к. е. н., доцент кафедри туризму
та менеджменту креативних індустрій
Державного торговельно-економічного
університету
вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна
s.khlopiak@knute.edu.ua

KHLOPIAK Sergii <https://orcid.org/0000-0003-1002-5888>

PhD (Economics), Associate Professor
at the Department of Tourism and Creative
Industries Management
State University of Trade and Economics
19, Kyoto St., Kyiv, 02156, Ukraine
s.khlopiak@knute.edu.ua

**КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ
ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО
ЗРОСТАННЯ**

Сучасна економіка дедалі більше орієнтується на сектори, що поєднують інноваційність, творчий підхід та використання цифрових технологій. Саме ці риси формують основу креативних індустрій, які стають важливим елементом не лише культурної, але й економічної політики держав. Для України, що перебуває в умовах масштабних трансформацій та кризових викликів, аналіз впливу на національний розвиток набуває особливого значення. Висунуто гіпотезу, що креативні індустрії зберігають здатність виступати каталізатором економічного зростання навіть у несприятливих умовах, формуючи нові можливості для зайнятості та створюючи додану вартість, причому провідну роль відіграє ІТ-сектор. Методологія дослідження поєднує кількісний аналіз структурних показників (динаміка кількості підприємств, рівень зайнятості, обсяги реалізації, рентабельність) та якісну

**CREATIVE INDUSTRIES
AS A FACTOR OF ECONOMIC
GROWTH**

The modern economy is increasingly focused on sectors that combine innovation, a creative approach, and the use of digital technologies. It is these features that form the basis of creative industries, which are becoming an important element not only of cultural but also of economic policy in countries. For Ukraine, which is undergoing large-scale transformations and facing crisis challenges, analysing the impact on national development takes on particular importance. It has been hypothesized that creative industries retain the ability to act as a catalyst for economic growth even under adverse conditions, creating new employment opportunities, and generating added value, with the leading role belonging to the IT sector. The research methodology combines quantitative analysis of structural indicators (dynamics of the number of enterprises, employment level, sales



Copyright © 2025. Автор(и). Це стаття відкритого доступу, яка розповсюджується на умовах ліцензії [Creative Commons Attribution License 4.0 \(CC-BY\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Міжнародна ліцензія

інтерпретацію результатів порівняно з міжнародними підходами, рекомендованими UNCTAD і UNESCO. Інформаційну базу становлять офіційні дані Державної служби статистики України, звіти Міністерства культури та інформаційної політики, матеріали міжнародних консалтингових компаній. Доведено, що, забезпечуючи в середньому 2–3% ВВП України, внесок креативних індустрій виходить за межі прямих економічних показників. Мультиплікативний ефект проявляється у стимулюванні регіонів, створенні висококваліфікованих робочих місць, посиленні інноваційного потенціалу та зростанні конкурентоспроможності національної економіки. Отримані результати акцентують на потребі вдосконалення методології обліку, розширення статистичної бази та підтримки сектору на державному рівні.

Ключові слова: креативні індустрії, економічний внесок, зайнятість, IT-сектор, інноваційний розвиток.

volumes, profitability) with qualitative interpretation of the results in comparison with international approaches recommended by UNCTAD and UNESCO. The information base consists of official data from the State Statistics Service of Ukraine, reports from the Ministry of Culture and Information Policy, and materials from international consulting companies. It has been proven that, contributing on average of 2–3% of Ukraine's GDP, the role of the creative industries goes beyond direct economic indicators. The multiplicative effect is manifested in the stimulation of regions, the creation of highly qualified jobs, the enhancement of innovation potential, and the growth of national economic competitiveness. The obtained results emphasize the need to improve accounting methodology, expand the statistical database, and support the sector at the state level.

Keywords: creative industries, economic contribution, employment, IT sector, innovative development.

JEL Classification: O30, L11, Z10, Z18, J21.

Вступ

Внесок креативних індустрій (КІ) у валовий внутрішній продукт (ВВП) і створення доданої вартості є безперечним. Оцінки авторитетних міжнародних компаній коливаються від 3% світового ВВП (*Ernst and Young Global*, 2015) до 6% (*UNCTAD*, 2021), до того ж аналітики наголошують на значних відмінностях між країнами, що зумовлено різними підходами. На відміну від традиційних виробничих секторів, КІ виходять за межі виробничих і збутових операцій, оскільки визначення креативної діяльності не є фіксованим і стосується широкого спектра активностей.

Проблематика визначення соціально-економічного впливу креативних індустрій є предметом численних наукових публікацій. Так, *Boix-Domènech* та *Rausell-Köster* (2018) узагальнюють напрями такого впливу, виокремлюючи прямі, вторинні та індуковані внески креативних індустрій у національну економіку. До прямих дослідники відносять внески створення доданої вартості, виробництва та доходів, а також формування робочих місць та забезпечення зайнятості населення.

Найбільше досліджень на сьогодні присвячено такому ефекту креативних індустрій, як створення робочих місць та зменшення безробіття, зокрема й через самозайнятість (*Daubaraitė & Startiene*, 2015). Окрему увагу приділено такому аспекту, як працевлаштування молоді та інших соціально незахищених верств населення. Дослідники зазначають, що креативний сектор вирізняється, з одного боку, бізнес-моделлю, з іншого – основним характером діяльності, пов'язаною з творчістю, ідентичністю та самовираженням. Таке поєднання матеріальних, фінансових і трансцендентних аспектів створює унікальні умови працевлаштування в цьому секторі з двома різними вимогами: економічні результати та внесок у самовираження, добробут, соціальну згуртованість та ідентичність (*Pasikowska-Schnass*, 2019).

Водночас визначення й оцінка цього впливу супроводжуються низкою проблемних аспектів, серед яких можна виокремити:

- доступні статистичні методи оцінки ринку праці дають змогу зрозуміти природу зайнятості в цьому секторі, але не враховують таких типових для нього ситуацій, як короткострокові контракти, неповний робочий день, сезонна зайнятість, дві або більше паралельні роботи тощо, що є типовими для сектору;
- не всі працівники підприємств, які формально належать до креативних індустрій, фактично виконують креативну роботу (*Clark, 2009*);
- і навпаки, в компаніях, що формально не належать до цього сектору економіки, працює багато працівників, що займаються креативною діяльністю.

European Statistical System Network on Culture визначає зайнятість у секторі як суму роботодавців, найманих працівників, самозайнятих осіб, найманих працівників та сімейних працівників, зайнятих у сферах, які є результатом перетину культурних професій (статистично визначених кодами *ISCO*) та культурного сектору (статистично визначених кодами *NACE*), що дозволяє виокремити три можливості зайнятості: працююче населення, яке здійснює культурну діяльність у сфері культури; працююче населення, яке займається культурною діяльністю поза культурним сектором; працююче населення, яке займається некультурною діяльністю у сфері культури (*Pasikowska-Schnass, 2019*).

Метою статті є адаптація наявних методик оцінювання економічного внеску і впливу креативних індустрій до сучасної системи статистики України, пошук індикаторів вимірювання динаміки КІ на економічному рівні та надання надійних даних як основи для прийняття майбутніх рішень.

У ході дослідження висунуто гіпотезу, що креативні індустрії в Україні, попри складні зовнішні умови (кризи, пандемію, воєнні дії), залишаються вагомим каталізатором економічного розвитку, формують стабільні канали зайнятості та забезпечують зростання доданої вартості, при цьому найбільший внесок здійснює сектор інформаційних технологій.

Для її перевірки застосовано поєднання кількісного аналізу динаміки ключових показників (кількість суб'єктів господарювання, обсяги реалізації, рівень зайнятості, рентабельність) та якісної інтерпретації виявлених тенденцій з урахуванням міжнародних досліджень і методичних рекомендацій *UNCTAD* та *UNESCO*. Інформаційною базою дослідження стали дані Державної служби статистики України (структурні зміни в економіці, динаміка зайнятості, фінансова звітність підприємств), звіти Міністерства культури та інформаційної політики України, а також міжнародні аналітичні матеріали від *Ernst* та *Young, Creative Economy Outlook, Deloitte* (*Ernst & Young, 2015; UNCTAD, 2024; Deloitte, 2021, June*)¹.

¹ У межах дослідження дані за 2023–2024 роки не були включені до аналізу з двох причин. По-перше, внаслідок повномасштабної війни частина статистичних спостережень Державної служби статистики України була тимчасово призупинена або не забезпечує необхідної деталізації для окремих класів КВЕД. По-друге, офіційні результати структурних статистичних спостережень традиційно публікуються зі значним часовим лагом (зокрема в листопаді наступного року), що унеможливає їх повноцінне використання на момент підготовки рукопису.

Опрацювання даних здійснено шляхом їх дезагрегації до рівня класів КВЕД, зіставлення динамічних рядів показників та порівняння їх з агрегованими національними результатами. Використано описову статистику для виявлення відхилень і трендів, співставлення з глобальними показниками, а також побудову візуалізацій (таблиці, графіки), що дозволило простежити структурні зрушення в межах сектору. Такий підхід вже було застосовано авторами при аналізі деяких галузей економіки (Забалдіна та Дворська, 2024).

Обмеження дослідження зумовлені недостатньою деталізацією національної статистики, неповним охопленням самозайнятих і неформальних видів зайнятості, а також ризиком механістичного трактування переліку КІ, визначеного урядом.

Основна частина статті складається з чотирьох розділів. У першому представлено огляд світового ринку креативних товарів і послуг, визначено його ключові сегменти, тенденції розвитку та регіональні особливості. Другий розділ присвячений аналізу креативної економіки в Україні, розгляду нормативно-правових засад її функціонування та організації статистичного обліку. У третьому – здійснено комплексну діагностику економічних показників, що відображають кількість суб’єктів господарювання, рівень зайнятості, обсяги реалізації та рентабельність діяльності підприємств національного креативного сектору. Зміст четвертого розділу зосереджений на проблемах оцінювання економічного внеску креативних індустрій та пошуку шляхів їх подолання.

1. Світовий ринок креативних товарів і послуг

Креативні індустрії виступають сьогодні одним із ключових драйверів глобальної економіки знань, поєднуючи культурні та інноваційні компоненти, генеруючи значну додану вартість і створюючи робочі місця. Вони охоплюють широкий спектр видів діяльності: від музики, аудіовізуальної продукції, архітектури, дизайну, реклами та видавничої справи до розробки програмного забезпечення, комп’ютерних ігор та цифрового контенту. На відміну від традиційних секторів, креативна економіка характеризується високим ступенем динамічності, інтернаціоналізації та залежності від новітніх технологій. Згідно з даними *UNCTAD* (2024, April 21), світовий експорт креативних товарів і послуг у 2022 р. сягнув понад 2.1 трлн дол. США. При цьому послуги забезпечили 1.4 трлн дол. США, що удвічі перевищує обсяг експорту креативних товарів (713 млрд дол. США), тоді як на початку минулого десятиліття їх внесок у загальний результат був майже рівним (рис. 1). Цей факт підтверджує зростаючу роль нематеріальних активів, інтелектуальної власності та цифрових продуктів у глобальній торгівлі.

Міжнародна торгівля креативними послугами протягом 2010–2022 рр. продемонструвала безпрецедентне зростання – з 490 до 1378 млрд дол. США. Його головними чинниками стали швидка цифровізація, поява глобальних онлайн-платформ і збільшення попиту

на контент у потокових сервісах. Особливу роль тут відіграє штучний інтелект (ШІ), який використовується для генерації контенту (фільми, музика, зображення, анімація, контент віртуальної реальності), автоматизованого перекладу, персоналізації реклами та рекомендаційних систем. ШІ широко використовується в редакціях: 41% новинних команд застосовують його для створення ілюстративного матеріалу, 39% – для контенту в соціальних мережах і 38% – для написання та створення статей (UNCTAD, 2024, July 11). Це не лише знижує витрати, а й створює нові формати взаємодії з аудиторією. Водночас у зв'язку з розвитком цифровізації та ШІ постають виклики щодо захисту авторського права, зміни робочих місць, контролю якості, конфіденційності та захисту прав споживачів, етичного використання технологій (Хлоп'як & Квятковська, 2025).



Рис. 1. Динаміка глобального ринку креативних товарів і послуг у 2010–2022 рр., млрд дол. США

Джерело: побудовано авторами на основі UNCTAD (2024).

Креативні індустрії демонструють високий рівень регіональної концентрації. За даними *Creative Economy Outlook 2024*, Європа у 2022 р. забезпечила експорт креативних послуг на суму понад 720 млрд дол. США, Азія – близько 359 млрд дол. США, Північна Америка – 274 млрд дол. США (UNCTAD, 2024). Водночас країни Африки та Латинської Америки значно відстають, що пов'язано з інституційними бар'єрами, низьким рівнем інвестицій у креативний сектор та слабкою статистичною звітністю. У перспективі розширення цифрової інфраструктури може стати для цих регіонів поштовхом до інтеграції у глобальні ланцюги створення креативних продуктів.

Світовими лідерами експорту креативних послуг залишаються США (244 млрд дол. США), Ірландія (231 млрд дол. США, значною мірою завдяки IT-компаніям та софтверним хабам), Велика Британія (87 млрд дол. США), Німеччина (79 млрд дол. США), а серед країн, що розвиваються, – Китай (67 млрд дол. США) та Сінгапур (65 млрд дол. США) (UNCTAD, 2024).

У структурі глобального експорту креативних послуг провідні позиції наразі займає створення програмного забезпечення – 41.3% ринку, дослідження та розробки (*R&D*) – 30.7%, реклама та архітектура – 15.5%, аудіовізуальні продукти – 7.9%. Показово, що за 10 років відбулася майже дзеркальна зміна лідерів рейтингу: у 2012 р. найбільшу ринкову частку у 41% мали дослідження та розробки, натомість програмне забезпечення з 29% посідало другу сходинку. Все це вказує на домінування сьогодні "технологічного ядра" креативної економіки, яке забезпечує основну частину доданої вартості (табл. 1).

Таблиця 1

Обсяг і структура світового експорту креативних послуг за категоріями у 2012 та 2022 рр., млрд дол. США

Рік	Програмні розробки	Дослідження та розробки	Реклама, дослідження ринку та архітектура	Аудіовізуальні послуги	Інформаційні послуги	Послуги культури, відпочинку та спадщини	Разом
2010	142	200	69	58	18	3	490
2011	163	235	80	64	18	3	563
2012	171	240	87	65	19	4	586
2013	221	255	100	65	22	4	667
2014	229	303	114	72	26	6	750
2015	250	299	110	74	26	6	765
2016	270	318	117	74	28	6	813
2017	295	353	134	85	34	7	908
2018	354	373	151	94	41	7	1020
2019	402	393	165	103	44	7	1114
2020	459	377	170	87	43	6	1142
2021	550	422	209	120	50	7	1358
2022	569	423	214	108	56	8	1378

Джерело: побудовано авторами на основі даних *UNCTAD* (2024, July 11).

Кожна з підгалузей має власну динаміку розвитку. Так, музична індустрія у 2022 р. досягла доходів у 28.6 млрд дол. США. Її ринок активно трансформується під впливом цифрових платформ: понад 80% доходів музичної галузі нині утворюється внаслідок стримінгу (*Creative Industry Statistics*, 2025). Аудіовізуальні послуги зростають завдяки популярності *Netflix*, *Disney+*, *Amazon Prime* та інших платформ. Ринок відеоігор став найбільшим сегментом креативних індустрій, перевищивши 227 млрд дол. США. Видавнича справа та преса втрачають позиції, поступаючись цифровим форматам, проте сегмент електронних книг та онлайн-медіа демонструє стабільне зростання. Архітектура та дизайн отримують нові можливості через розвиток віртуальної та доповненої реальності (*UNCTAD*, 2024, July 11).

Окремі сегменти креативних індустрій також демонструють стабільне зростання, значно випереджаючи багато традиційних галузей. Наприклад, глобальні роялті-виплати авторам у 2022 р. досягли рекордних 13.4 млрд дол. США, а відеоігрова індустрія активно інтегрується в інші сектори через колаборації з музикою, кіно та рекламою. Такі тенденції формують мультисекторальний характер креативної економіки (UNCTAD, 2024).

Проте нерозвиненість статистики та методологічні розбіжності залишаються ключовими перешкодами для адекватного вимірювання та відображення реального внеску креативних індустрій у світову економіку.

2. Креативна економіка в Україні

Оцінка внеску КІ у ВВП країни потребує чіткого розподілу видів економічної діяльності на ті, що належить до сектору, і ті, що не належать. Кожна країна шукає власні рішення цього завдання. Так, згідно з розпорядженням КМУ від 24.04.2019 № 265-р "Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій" (Кабінет Міністрів України, 2019, 24 квітня), 34 види економічної діяльності належать до цього переліку (табл. 2), що суттєво полегшує розуміння статистичної картини креативного сектору української економіки.

Водночас важко не помітити дещо механістичний підхід при складанні цього переліку – далеко не кожна економічна активність в рамках зазначених видів діяльності є креативною і, навпаки, в межах майже кожного виду діяльності, не включеного до цього списку, можна віднайти креативні активності.

Таблиця 2

Відповідність переліку креативних індустрій
та видів економічної діяльності (за КВЕД-2010)

Назва креативної індустрії	Код КВЕД-2010	Назва виду економічної діяльності
ІТ	58.21	видання комп'ютерних ігор
	58.29	видання іншого програмного забезпечення
	62.01	комп'ютерне програмування
	62.02	консультування з питань інформатизації
Реклама, маркетинг, PR	63.91	діяльність інформаційних агентств
	70.21	діяльність у сфері зв'язків з громадськістю
	72.20	дослідження й експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук
	73.11	рекламні агентства
	73.12	посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації
Аудіовізуальне мистецтво	59.11	виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм
	59.12	компонування кіно- та відеофільмів, телевізійних програм
	59.13	розповсюдження кіно- та відеофільмів, телевізійних програм
	59.14	демонстрація кінофільмів
	60.20	діяльність у сфері телевізійного мовлення

Назва креативної індустрії	Код КВЕД-2010	Назва виду економічної діяльності
Архітектура	71.11	діяльність у сфері архітектури
Література та видавнича справа	58.11	видання книг
	58.13	видання газет
	58.14	видання журналів і періодичних видань
	58.19	інші види видавничої діяльності
	74.30	надання послуг перекладу
Сценічне мистецтво	85.52	освіта у сфері культури
	90.01	театральна та концертна діяльність
	90.02	діяльність із підтримки театральних і концертних заходів
	90.04	функціонування театральних і концертних залів
Дизайн	74.10	спеціалізована діяльність із дизайну
Візуальне мистецтво	74.20	діяльність у сфері фотографії
	90.03	індивідуальна мистецька діяльність
Аудіальне мистецтво	59.20	видання звукозаписів
	60.10	діяльність у сфері радіомовлення
Мода	32.12	виробництво ювелірних і подібних виробів
	32.13	виробництво біжутерії та подібних виробів
Бібліотеки та пам'ятки культури	91.01	функціонування бібліотек і архівів
	91.02	функціонування музеїв
Інше	32.20	виробництво музичних інструментів

Джерело: Ніколаєва та ін. (2022).

Отже, загальноприйняті класифікаційні підходи не придатні для опису творчої діяльності та вимірювання її повного економічного внеску, який створюється різними способами окремими особами та групами.

Крім того, важливо враховувати, що процеси створення, розповсюдження та споживання креативного продукту, включно з моделями його монетизації, відрізняються залежно від ролі, яку цей продукт відіграє у конкретному суспільстві. Зі зміною або розширенням значення культури в суспільстві трансформується і спосіб оцінювання її внеску у ВВП (*Pasikowska-Schnass*, 2019).

Відтак, розрахунок внеску креативного сектору у ВВП становить складну методологічну проблему не тільки в Україні, а й у багатьох інших країнах. У звіті Центру аналізу міжнародної торгівлі *Trade+* при Київській школі економіки у партнерстві з "Кімонікс Інтернешнл Інк." на замовлення Міністерства культури та інформаційної політики України визначено, що основними методами для вимірювання прямих впливів креативних індустрій на економіку є використання таблиць "витрати – випуск" та мультиплікаторів, а також економетричних моделей, які оцінюють широкий вплив КІ на економіку країни чи регіону (Ніколаєва та ін., 2021). При цьому застосування цих моделей явно ускладнене через обмежену доступність офіційної статистики. Так, в Україні достовірні дані можуть бути отримані тільки за умов наявності статистичної інформації щодо кожного з наведених класів економічної діяльності КВЕД. Натомість система таблиць "витрати – випуск" агрегована в нашій країні на рівні двох знаків КВЕД – лише до розділів,

а це означає, що для отримання даних щодо випуску товарів і послуг в основних цінах, валової доданої вартості та проміжного споживання до 4-го знаку КВЕД необхідна дезагрегація, що є доволі складним завданням.

Тож за наявної в Україні системи статистики ми можемо оцінити лише обсяги та динаміку реалізованої продукції (послуг), обсяги експортних операцій і обсяги інвестицій за визначеними в *табл. 2* класами економічної діяльності та їх частку в національному показнику.

Зростання наукового інтересу до аналізу КІ зумовило появу досліджень, зосереджених на показниках, які фіксували їх непрямий економічний внесок, динаміку економічного розвитку в цілому, конкурентоспроможність країн, регіонів і окремих громад (*UNESCO, 2009*). Транссекторальний та міжгалузевий потенціал КІ формує складні міжгалузеві впливи креативних індустрій, за яких креативність і прогрес в одній галузі через впровадження ідей та технологій безпосередньо впливає на продуктивність, конкурентоспроможність і прогрес в інших галузях. Непрямі, індуковані та еволюційні механізми впливу КІ охоплюють взаємодію попиту та пропозиції, що стимулює зростання виробництва, зокрема непрямий вплив, пов'язаний зі здатністю креативних індустрій створювати технічний прогрес і змінювати шлях еволюційного зростання економіки (*Boix-Domènech & Rausell-Köster, 2018*). Численні дослідження також засвідчують впливи КІ на місцевий економічний розвиток, які відіграють дедалі важливішу роль у регіональних економіках.

Вагомим аспектом є внесок КІ до соціальної інклюзії суспільства, адже креативна економіка відкриває доступ до бізнесу тим, хто був виключений з цього процесу. Розвиток креативності безпосередньо пов'язаний зі зміцненням громадських інституцій, креативних ініціатив та розширенням участі населення у громадському житті. У наукових дослідженнях зазначається, що розвиток креативного сектору сприяє підвищенню якості життя населення, адже зайнятість у КІ, як правило, більш оплачувана, ніж в інших галузях місцевої економіки. Водночас зростання доступності освіти для населення забезпечує можливості для особистого розвитку, урізноманітнюються форми проведення дозвілля, адже розвиток креативних індустрій безпосередньо пов'язаний із креативним бізнесом, у тому числі в частині надання послуг населенню. Нарешті, креативність часто асоціюється з екологічністю, що сприяє покращенню якості життєвого середовища.

Багато досліджень зосереджуються на нематеріальних, неринкових впливах креативних індустрій, що загалом важко піддаються оцінці. У них підкреслюється вплив КІ на формування культурного ландшафту суспільства, в якому є місце самовираженню, культурним обмінам, різноманітності, зближенню людей різних груп і розвитку творчих навичок та критичного мислення.

За даними консалтингової фірми *Deloitte (2021, June)*, важливість креативної економіки для загальної економічної ефективності, ймовірно, зростатиме.

Методологія дослідження КІ переважно зосереджена на аналізі економічного розміру, що дає загальнішу картину ролі, яку КІ відіграють в економіці, а також дозволяє зрозуміти, як культурні індустрії інтегруються в економічне середовище. Крім того, значну увагу приділено структурному аналізу, що охоплює різні методи вивчення структури культурних індустрій, насамперед щодо розподілу макроекономічних агрегатів між секторами.

Це дає змогу встановити короткостроковий внесок культурних індустрій завдяки дослідженню їх бізнес-результатів. Короткострокове вимірювання базується на оцінці структурних показників бізнесу (обороту, виручки від реалізації, кількості підприємств, прибутку тощо).

3. Аналіз статистичних даних

3.1. Суб'єкти господарювання

Аналіз короткострокових внесків КІ ґрунтується на оцінці структурних показників бізнесу. Зокрема, це дезагрегована кількість суб'єктів господарювання, що належать до КІ, зайнятість, обсяг від реалізації, прибуток.

Згідно з даними державного статистичного спостереження "Структурні зміни в економіці країни та її регіонів" на 2022 р. найбільша кількість суб'єктів господарювання в Україні припадала на такі КІ, як інформаційні технології (225 815 одиниць, або 79.5% у загальній кількості суб'єктів господарювання, що належать до КІ, і 13% усіх суб'єктів господарювання в Україні), далі з великим відривом ідуть реклама, маркетинг, PR (182 83 од., або 6.4% та 1.1% відповідно) і дизайн (112 58 од., або 4% та 0.6% відповідно). У період з 2013 р. до 2021 р. майже всі КІ України, за винятком літератури та видавничої справи, сценічного мистецтва і моди, демонстрували доволі високі темпи зростання кількості господарюючих суб'єктів. Найбільш динамічний розвиток спостерігався у сферах IT та дизайну. Важливо зазначити, що воєнні дії на території України в 2022 р. хоча й уповільнили процес зростання деяких креативних індустрій, але не відмінили його. Кількість суб'єктів господарювання за напрямом "дизайн" у 2022 р. зросла на 15.5%, а за напрямом IT – на 5.1%, тоді як усі інші галузі зазнали суттєвого спаду (табл. 3).

Таблиця 3

Темпи зростання кількості суб'єктів господарювання
креативних індустрій України у 2013–2022 рр., %

Креативні індустрії	2013/ 2014	2014/ 2015	2015/ 2016	2016/ 2017	2017/ 2018	2018/ 2019	2019/ 2020	2020/ 2021	2021/ 2022
IT	38.8	–0.5	16.0	16.6	21.3	19.2	14.9	23.3	5.1
Реклама. Маркетинг. PR	9.2	4.0	–3.9	1.4	5.5	14.0	5.9	9.2	–4.7
Аудіовізуальне мистецтво	6.4	11.6	–7.8	2.6	18.8	17.2	5.9	9.5	–9.4
Архітектура	7.7	–2.3	0.0	11.0	11.7	11.6	3.3	7.1	–11.1

Закінчення табл. 3

Креативні індустрії	2013/ 2014	2014/ 2015	2015/ 2016	2016/ 2017	2017/ 2018	2018/ 2019	2019/ 2020	2020/ 2021	2021/ 2022
Література та видавнича справа	8.0	-7.0	-6.3	-4.6	-0.1	4.7	-1.9	-2.1	-16.9
Сценічне мистецтво	19.8	3.3	-1.1	-4.1	8.3	13.9	1.5	-4.8	-18.4
Дизайн	40.6	-4.6	8.2	5.6	18.8	22.8	20.0	29.2	15.5
Візуальне мистецтво	19.6	30.4	-25.5	-7.4	5.7	7.7	1.5	7.7	-4.3
Аудіальне мистецтво	-6.3	15.6	-20.1	5.1	5.7	10.5	0.0	3.8	-9.9
Мода	6.2	-2.4	-4.3	-6.8	-0.5	-1.9	-11.2	-9.9	-23.4
Бібліотеки та пам'ятки культури	-3.4	20.9	-15.1	-3.0	7.6	3.7	12.0	10.0	-24.4
Інше	22.7	0.0	-11.1	-4.2	-8.7	14.3	4.2	24.0	-9.7
Всього по КІ	27.7	1.4	7.1	11.0	17.2	17.3	12.3	19.7	2.8
Всього суб'єктів господарювання по Україні	12.2	2.2	-5.5	-3.2	1.9	5.5	1.6	-0.9	-11.4

Джерело: складено авторами за даними Держстату (2024a).

У табл. 4 представлено частку кожного виду діяльності в загальній кількості суб'єктів господарювання, які належать до креативних індустрій. Отже, спостерігається постійне зростання частки саме тих суб'єктів, що спеціалізуються на інформаційних технологіях, і скорочення частки всіх інших галузей.

Таблиця 4

Динаміка структури креативної індустрії України у 2013–2022 рр.
за кількістю суб'єктів господарювання, %

Креативні індустрії	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
ІТ	57.8	62.9	61.7	66.8	70.1	72.6	73.8	75.5	77.8	79.5
Реклама, маркетинг, PR	12.8	11.0	11.3	10.1	9.2	8.3	8.1	7.6	6.9	6.4
Аудіовізуальне мистецтво	3.2	2.7	3.0	2.5	2.4	2.4	2.4	2.2	2.1	1.8
Архітектура	4.2	3.6	3.4	3.2	3.2	3.1	2.9	2.7	2.4	2.1
Література та видавнича справа	8.6	7.3	6.7	5.8	5.0	4.3	3.8	3.3	2.7	2.2
Сценічне мистецтво	2.6	2.5	2.5	2.3	2.0	1.9	1.8	1.6	1.3	1.0
Дизайн	2.9	3.2	3.0	3.0	2.9	2.9	3.1	3.3	3.5	4.0
Візуальне мистецтво	5.5	5.2	6.6	4.6	3.8	3.5	3.2	2.9	2.6	2.4
Аудіальне мистецтво	0.6	0.5	0.5	0.4	0.4	0.3	0.3	0.3	0.2	0.2
Мода	1.3	1.1	1.1	0.9	0.8	0.7	0.6	0.4	0.3	0.2
Бібліотеки та пам'ятки культури	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1

Джерело: складено авторами за даними Держстату (2024a).

У 2022 р., коли кількість суб'єктів господарювання по країні скоротилась на 16%, сектор ІТ не зазнав значних втрат (табл. 5). З інших галузей можна зазначити рекламу, маркетинг та дизайн, частка яких порівняно з 2021 р. у 2022 р. зросла.

Таблиця 5

Частка окремих креативних індустрій у загальній кількості суб'єктів господарювання в Україні у 2013–2022 рр., %

Креативні індустрії	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
IT	3.3	4.0	3.9	4.8	5.8	6.9	7.8	8.8	11.0	13.0
Реклама, маркетинг, PR	0.7	0.7	0.7	0.7	0.8	0.8	0.9	0.9	1.0	1.1
Аудіовізуальне мистецтво	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3
Архітектура	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
Література та видавнича справа	0.5	0.5	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
Сценічне мистецтво	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Дизайн	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	0.4	0.5	0.6
Візуальне мистецтво	0.3	0.3	0.4	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.4	0.4
Аудіальне мистецтво	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Мода	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0
Бібліотеки та пам'ятки культури	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Інше	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Всього по Україні	5.6	6.4	6.4	7.2	8.3	9.5	10.6	11.7	14.1	16.4

Джерело: складено авторами за даними Держстату (2024a).

Згідно зі звітом Міністерства культури та інформаційної політики України "Податкові надходження в сфері креативних індустрій в Україні у I кварталі 2022 року проти I кварталу 2021 року", загальна кількість платників податків за всіма секторами і КВЕД у сфері креативних індустрій в Україні у I кв. 2022 р. проти I кв. 2021 р. впала на 60% , що здебільшого припадає на фізичних осіб-підприємців на спрощеній системі оподаткування: у I кв. 2022 р. їхня кількість знизилася на 64% (на 123 719 одиниць в абсолютному вимірі) (Міністерство культури та інформаційної політики України, 2022). Зрозуміло, що мова йде про закриття ФОП в умовах повномасштабного вторгнення.

3.2. Зайнятість

Ще одним індикатором внеску КІ в економіку країни є кількість, структура та динаміка зайнятих у її галузях. Табл. 6 демонструє динаміку зайнятості, зокрема, за досліджуваний період динаміка зайнятості в економіці України була доволі нестабільною, з різкими підйомами і падіннями, тоді як зайнятість у КІ постійно зростала, навіть у період пандемії 2020 р. Воєнні дії на території України спричинили зниження рівня зайнятості у креативному секторі економіки на 16%, але галузевий аналіз знов доводить суттєві відмінності. Так, падіння від 10 до 28% спостерігалось у всіх галузях, окрім IT та дизайну, яким вдалось не тільки зберегти, але й збільшити кількість зайнятих на 3 та 9% відповідно.

Таблиця 6

Темпи зростання кількості зайнятих
у креативній індустрії України у 2013–2022 рр., %

Креативні індустрії	2013/ 2014	2014/ 2015	2015/ 2016	2016/ 2017	2017/ 2018	2018/ 2019	2019/ 2020	2020/ 2021	2021/ 2022
IT	25.7	-4.5	12.6	14.0	18.2	18.6	9.9	20.7	3.1
Реклама, маркетинг, PR	-4.0	-11.2	6.1	2.4	-0.7	15.1	-7.5	5.6	-14.7
Аудіовізуальне мистецтво	-12.3	-2.5	7.2	20.2	1.8	4.1	-8.4	4.1	-22.6
Архітектура	-8.3	-15.4	-1.5	-2.2	-6.5	12.3	-0.7	4.4	-17.8
Література та видавнича справа	-7.4	-17.6	-7.4	-5.8	-1.5	2.5	-11.1	-2.8	-25.3
Сценічне мистецтво	0.4	29.7	1.9	-4.2	4.6	3.8	-3.4	-3.1	-13.5
Дизайн	30.5	-11.9	11.1	10.4	19.8	36.0	3.7	25.8	8.7
Візуальне мистецтво	6.6	12.1	-20.3	-4.3	6.9	4.3	-5.1	6.1	-9.9
Аудіальне мистецтво	-12.6	-7.5	5.6	-9.5	-6.9	17.0	-5.5	-3.3	-18.3
Мода	-16.0	-15.7	5.5	-0.2	4.7	-7.6	-19.2	-21.5	-26.6
Бібліотеки та пам'ятки культури	-23.1	43.9	-14.4	6.4	12.6	2.2	13.5	20.6	-28.3
Інше	-12.7	-17.5	10.6	-6.4	3.4	-100.0	0	20.3	-100.0
Всього по КІ	5.1	-6.3	5.7	7.9	9.2	13.7	2.4	13.5	-4.4
Всього зайнятих по Україні	-9.6	-7.5	-1.1	0.3	4.7	5.6	-1.0	0.0	-16.0

Джерело: складено авторами за даними Держстату (2024b).

Щодо структури зайнятості в КІ України (табл. 7), то можна зробити висновок про стабільне зростання частки IT у секторі, яка за період дослідження зросла з 35 до 67%, суттєво випереджаючи інші галузі.

Таблиця 7

Частка зайнятих у креативній індустрії України у 2013–2022 рр., %

Креативні індустрії	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
IT	35.1	42.0	42.8	45.6	48.2	52.1	54.3	58.3	62.0	66.8
Реклама, маркетинг, PR	15.5	14.2	13.4	13.5	12.8	11.7	11.8	10.7	9.9	8.8
Аудіовізуальне мистецтво	11.8	9.9	10.3	10.4	11.6	10.8	9.9	8.8	8.1	6.6
Архітектура	9.6	8.3	7.5	7.0	6.4	5.5	5.4	5.2	4.8	4.1
Література та видавнича справа	14.0	12.4	10.9	9.5	8.3	7.5	6.8	5.9	5.0	3.9
Сценічне мистецтво	4.3	4.1	5.7	5.5	4.9	4.7	4.3	4.0	3.4	3.1
Дизайн	1.6	2.0	1.9	1.9	2.0	2.2	2.6	2.6	2.9	3.3
Візуальне мистецтво	3.3	3.3	4.0	3.0	2.7	2.6	2.4	2.2	2.1	1.9
Аудіальне мистецтво	0.9	0.8	0.8	0.8	0.6	0.5	0.6	0.5	0.4	0.4
Мода	3.5	2.8	2.6	2.5	2.4	2.3	1.8	1.4	1.0	0.8
Бібліотеки та пам'ятки культури	0.2	0.2	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2

Джерело: складено авторами за даними Держстату (2024b).

Дані *табл. 8*, у якій наведено частки галузей КІ в загальній кількості зайнятих у суб'єктах господарювання України, підкріплюють попередні висновки, зокрема, частка зайнятих у КІ постійно зростала переважно завдяки ІТ сектору, тоді як частки інших галузей, за деякими виключеннями, залишалися стабільними.

Таблиця 8

Частка зайнятих у креативній індустрії в загальній статистиці суб'єктів господарювання України у 2013–2022 рр., %

Креативні індустрії	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
ІТ	0.9	1.2	1.3	1.5	1.6	1.9	2.1	2.3	2.8	3.4
Реклама, маркетинг, PR	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.5	0.4	0.4	0.5
Аудіовізуальне мистецтво	0.3	0.3	0.3	0.3	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.3
Архітектура	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Література та видавнича справа	0.4	0.4	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2
Сценічне мистецтво	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Дизайн	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2
Візуальне мистецтво	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Аудіальне мистецтво	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Мода	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0
Бібліотеки та пам'ятки культури	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Інше	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Всього суб'єктів господарювання по Україні	2.5	2.9	3.0	3.2	3.4	3.6	3.8	4.0	4.5	5.1

Джерело: складено авторами за даними Держстату (2024b).

3.3. Обсяги реалізації

Далі проведено аналіз суто економічних показників і динаміки обсягів реалізації продукції (послуг) галузей, що входять до складу КІ (*табл. 9*). ІТ була єдиною галуззю, що демонструвала стабільне зростання в період 2013–2022 рр., проте з початком повномасштабної війни продемонструвала падіння у майже 54%, повторюючи динаміку сектору КІ в цілому. Водночас кількість зайнятих зросла на 3%, проте обсяг реалізації зменшився на 54%. Динаміку інших галузей за показником обсягу реалізації можна охарактеризувати доволі нестабільною. Зокрема, реклама, архітектура, дизайн, візуальне мистецтво, бібліотеки та пам'ятки культури після кризових явищ 2014 р. і до війни 2022 р. стабільно зростали, тоді як аудіовізуальне, сценічне мистецтво, літературна та видавнича справа, аудіальне мистецтво й мода зазнали серйозного впливу ще в період пандемії.

Таблиця 9

Темпи зростання обсягів реалізованої продукції (послуг) суб'єктів
креативної індустрії України у 2013–2022 рр., %

Креативні індустрії	2013/ 2014	2014/ 2015	2015/ 2016	2016/ 2017	2017/ 2018	2018/ 2019	2019/ 2020	2020/ 2021	2021/ 2022
IT	42.8	72.2	41.1	29.7	33.8	23.5	25.7	40.7	–53.7
Реклама, маркетинг, PR	–12.7	2.0	27.6	24.2	34.8	14.8	7.1	20.6	–64.7
Аудіовізуальне мистецтво	–4.9	5.3	23.6	36.7	22.6	35.2	–11.8	27.0	–56.9
Архітектура	–13.4	32.0	37.8	13.9	14.2	27.1	24.3	16.6	–70.1
Література та видавнича справа	–11.9	3.7	12.4	4.9	37.0	1.1	–3.2	18.1	–53.2
Сценічне мистецтво	–26.2	72.0	20.2	45.0	40.9	14.2	–31.4	70.8	–81.1
Дизайн	–27.3	43.8	44.2	42.4	48.5	40.8	33.4	55.4	–88.1
Візуальне мистецтво	–3.3	53.9	5.1	35.0	39.4	25.7	11.1	48.4	–97.7
Аудіальне мистецтво	10.6	–0.6	46.6	–0.3	13.9	37.9	–3.5	19.9	–56.9
Мода	–19.4	16.5	10.4	16.3	76.0	–19.4	–14.0	10.8	–58.3
Бібліотеки та пам'ятки культури	–13.5	57.7	16.2	64.1	11.1	13.0	11.7	33.9	–40.5
Інше	14.2	70.3	12.1	–3.1	3.0	–100.0	0.0	58.5	–100.0
Всього по КІ	6.8	36.2	34.1	27.7	32.8	21.9	16.7	35.2	–57.1

Джерело: складено авторами за даними Держстату (2024с).

Щодо частки галузей КІ у загальному обсязі реалізованої продукції (послуг) КІ, то навіть за умов загального падіння на IT припадає майже 75%, тобто $\frac{3}{4}$ всього сектору, і цей показник продовжує зростати (табл. 10).

Таблиця 10

Динаміка структури обсягів реалізованої продукції (послуг)
за галузями креативної індустрії України у 2013–2022 рр., %

Креативні індустрії	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
IT	33.4	44.6	56.4	59.4	60.4	60.8	61.6	66.4	69.1	74.6
Реклама, маркетинг, PR	34.9	28.6	21.4	20.3	19.8	20.1	18.9	17.4	15.5	12.7
Аудіовізуальне мистецтво	14.1	12.6	9.7	9.0	9.6	8.9	9.8	7.4	7.0	7.0
Архітектура	3.9	3.1	3.0	3.1	2.8	2.4	2.5	2.7	2.3	1.6
Література та видавнича справа	9.3	7.7	5.8	4.9	4.0	4.2	3.4	2.9	2.5	2.7
Сценічне мистецтво	1.1	0.7	0.9	0.8	0.9	1.0	0.9	0.6	0.7	0.3
Дизайн	1.1	0.8	0.8	0.9	1.0	1.1	1.3	1.5	1.7	0.5
Візуальне мистецтво	0.8	0.7	0.8	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.8	0.0

Закінчення табл. 10

Креативні індустрії	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Аудіальне мистецтво	0.4	0.4	0.3	0.4	0.3	0.2	0.3	0.2	0.2	0.2
Мода	0.8	0.6	0.5	0.4	0.4	0.5	0.3	0.2	0.2	0.2
Бібліотеки та пам'ятки культури	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Інше	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Всього по КІ	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Джерело: розраховано авторами за даними Держстату (2024с).

Розглядаючи обсяги реалізованої продукції (послуг) у масштабах всієї України (табл. 11), можна констатувати, що частка КІ з початком повномасштабного вторгнення суттєво просіла: якщо у 2020–2021 рр. вона становила 3%, то у 2022 р. – лише 1.7%, і знов переважно через ІТ-сектор.

Таблиця 11

Частка креативної індустрії в обсязі реалізованої
продукції (послуг) по Україні у 2013–2022 рр., %

Креативні індустрії	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
ІТ	0.5	0.7	1.0	1.2	1.3	1.4	1.6	2.0	2.0	1.3
Реклама, маркетинг, PR	0.6	0.5	0.4	0.4	0.4	0.5	0.5	0.5	0.5	0.2
Аудіовізуальне мистецтво	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.2	0.2	0.1
Архітектура	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0
Література та видавничі справи	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0
Сценічне мистецтво	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Дизайн	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Візуальне мистецтво	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Аудіальне мистецтво	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Мода	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Бібліотеки та пам'ятки культури	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Інше	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Всього суб'єктів господарювання по Україні	1.6	1.6	1.8	2.0	2.1	2.3	2.7	3.0	3.0	1.7

Джерело: складено авторами за даними Держстату (2024с).

Отже, можна стверджувати, що наразі в складі КІ в Україні домінують ІТ-сектор, реклама та маркетинг, на них припадає майже 13% реалізованих товарів і послуг.

3.4. Рентабельність

Аналіз економічної ефективності доцільно продовжити шляхом розгляду показника рентабельності окремих видів діяльності, що входять до креативних індустрій (табл. 12).² Насамперед визначимо стабільно низькорентабельні або ж нерентабельні види: розповсюдження кіно- та відеофільмів, телевізійних програм; демонстрація кінофільмів; діяльність у сфері телевізійного мовлення; видання газет, журналів і періодичних видань; освіта у сфері культури; театральна та концертна діяльність і їх підтримка; функціонування театральних і концертних залів, бібліотек, архівів і музеїв; діяльність у сфері радіомовлення. Наступну групу видів діяльності характеризує нестабільна рентабельність, тобто вони вочевидь сильно підпадають під вплив різноманітних чинників: архітектура, інші види видавничої діяльності, діяльність у сфері фотографії, виробництво ювелірних виробів. До третьої групи віднесено переважно рентабельні види діяльності, де падіння показника відбувається ситуативно, час від часу: видання іншого програмного забезпечення; посередництво розміщення реклами в ЗМІ.

Таблиця 12

Рентабельність діяльності підприємств
креативної індустрії³ України у 2013–2022 рр.

Код за КВЕД–20210 ⁴	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
58.21	–1.5	3.0	4.5	1.4	–2.1	1.4	0.9	4.7	3.6	5.5
58.29	3.5	–1.5	3.5	6.6	0.3	3.4	2.7	4.4	6.1	–15.9
62.01	3.4	7.3	–0.6	6.0	5.7	5.7	4.8	6.6	5.7	8.0
62.02	–3.0	–24.4	–10.3	1.0	3.3	3.7	3.7	3.6	3.9	6.7
63.91	–12.3	–18.6	–3.2	–5.1	1.0	–0.5	–1.1	–4.9	1.4	1.4
70.21	–20.6	–16.9	н/д	н/д	6.8	7.8	3.8	7.7	0.4	5.4
72.20	–13.2	–29.7	219.5	15.5	–2.0	н/д	2.9	–0.7	–3.8	–29.5
73.11	1.2	–2.7	0.0	3.4	2.4	5.7	5.6	5.8	6.5	4.6
73.12	–0.2	–2.3	–2.6	0.0	1.2	1.0	1.3	–0.1	0.1	–8.6
59.11	–3.8	–23.4	–16.9	–9.8	1.6	3.7	12.5	9.1	2.2	–25.9
59.12	3.6	1.6	13.6	н/д	9.3	–0.0	8.0	3.1	12.2	17.8
59.13	–0.6	–10.2	–14.4	н/д	1.6	1.3	1.4	–61.7	–26.1	–65.0
59.14	–3.3	–25.1	–10.3	–5.4	–0.5	–0.6	0.7	–20.3	2.5	–12.2
60.20	–13.0	–50.6	–37.4	–12.7	22.1	17.8	16.5	–8.6	–0.8	–40.9
71.11	0.6	–11.4	–7.0	–0.9	–1.5	2.2	2.9	–2.7	1.5	–10.5
58.11	6.4	2.3	–0.6	2.3	3.9	3.5	4.1	5.2	4.2	6.0
58.13	–2.9	–26.4	–2.0	–1.2	–7.3	0.7	1.0	–2.7	–5.0	–3.8
58.14	–1.1	–27.0	–18.1	–1.0	–1.6	1.5	9.1	–3.8	7.2	–4.5

² Наведені показники рентабельності подаються в системі національної статистики в розрізі діяльності підприємств, тобто юридичних осіб, і не піддаються групуванню за галузями КІ.

³ н/д – дані відсутні.

⁴ Повні назви видів економічної діяльності наведено в табл. 1.

Закінчення табл. 12

Код за КВЕД–20210	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
58.19	0.5	–2.5	0.7	2.5	2.6	4.2	4.5	–4.0	–17.1	0.9
74.30	3.5	5.9	9.5	5.1	7.1	4.8	4.1	6.4	–0.9	6.2
85.52	–2.6	–6.6	3.5	–15.1	–18.4	–11.1	–10.5	–75.2	–81.1	–96.0
90.01	–0.8	–1.5	–1.1	–1.0	–0.8	0.2	–0.6	–1.3	–0.2	0.1
90.02	–8.3	–9.6	–5.9	2.4	2.0	1.7	–0.4	15.0	2.4	–12.4
90.04	0.0	–5.7	2.9	–0.7	1.2	2.1	1.1	–7.4	–3.0	–9.7
74.10	0.3	–0.7	–1.3	2.6	2.4	5.7	3.6	3.3	5.7	7.8
74.20	–2.8	1.8	–3.2	–2.4	0.7	–3.8	–5.8	–16.7	5.9	–65.2
90.03	–3.8	–7.4	–5.5	–3.1	–12.5	–1.4	–0.9	3.7	1.4	3.2
59.20	–25.8	6.2	3.4	2.9	9.2	7.2	9.2	9.9	12.3	3.5
60.10	–8.1	–9.2	–1.4	–1.6	0.7	2.6	4.1	–1.1	3.6	–4.0
32.12	–5.5	–12.8	–10.9	–15.2	14.4	22.3	–11.5	4.5	–1.8	–5.0
32.13	–0.8	н/д	–5.5	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	24.8	14.3
91.01	–23.2	–63.8	–48.4	–45.1	–3.4	10.8	37.7	–10.4	1.9	–26.2
91.02	–2.1	н/д	–3.9	н/д	н/д	н/д	–1.4	–9.5	–2.0	–7.1
32.20	4.6	2.3	4.7	6.5	н/д	н/д	н/д	–5.0	0.7	43.3

Джерело: складено авторами за даними Держстату (2024d).

Решта видів діяльності, що належать до КІ, в Україні протягом останніх років і навіть в період повномасштабного вторгнення демонструють достатньо високий рівень рентабельності, а отже – і стійкості до кризових явищ: видання комп'ютерних ігор, програмування, консультування з питань інформатизації, зв'язки з громадськістю; рекламні агентства; компонування теле-, відеофільмів і телевізійних програм; видання книг; спеціалізована діяльність із дизайну; виробництво біжутерії та музичних інструментів.

4. Проблеми оцінювання економічного внеску креативних індустрій та шляхи їх розв'язання

Попри очевидні позитивні впливи, точне оцінювання ролі КІ у світовій та національній економіці залишається непростим завданням через відсутність єдиної методології, специфіку креативного продукту, складність врахування непрямих ефектів, "тіньовий сектор", недостатню деталізацію статистичних даних у країнах, що розвиваються. Внаслідок цього реальний внесок сектору може бути заниженим або викривленим.

В Україні, як і в багатьох інших країнах, немає уніфікованої системи класифікації та статистики для креативних індустрій. Це призводить до розбіжностей у даних, які публікують різні державні та дослідницькі установи. Основний продукт КІ – нематеріальні активи, такі як інтелектуальна власність, авторські права та ідеї. Їхня оцінка є складною, оскільки традиційні економічні моделі більше орієнтовані на матеріальні товари та послуги.

Важливо також враховувати, що економічний внесок КІ включає не лише прямі ефекти (додана вартість, зайнятість), але й непрямі (наприклад зростання туристичного потоку завдяки фестивалям) та індуковані ефекти (збільшення попиту на товари і послуги в суміжних секторах). При цьому значна частина креативної діяльності, особливо серед фрилансерів та малих підприємців, може випадати з офіційної статистики. Крім того, наявна система КВЕД не повною мірою відображає міжгалузевий характер креативних індустрій, що робить їхнє виокремлення та оцінку проблематичними.

Одним із ключових шляхів подолання цих бар'єрів є вдосконалення методологічної бази, розробка та імплементація уніфікованих стандартів і класифікацій, які відповідають сучасним міжнародним підходам, зокрема тим, що використовуються ООН, ЮНЕСКО та Європейським Союзом. Стандартизація дозволить адекватно ідентифікувати креативні сектори, відмежувати їх від суміжних галузей та проводити точніші статистичні дослідження. Додатково варто впровадити спеціалізовані інструменти збору даних, які враховують особливості креативної діяльності: оцінку нематеріальних активів, фрилансу та неформальної зайнятості, що є поширеними у цьому секторі.

Серед актуальних завдань слід виділити також налагодження міжвідомчої співпраці між Державною службою статистики, Міністерством культури та інформаційної політики, профільними асоціаціями та дослідними центрами. Завдяки цьому можна агрегувати інформацію з різних джерел – податкових звітів, банківських даних, результатів соціологічних опитувань та аналізу великих даних (*Big Data*) з онлайн-платформ і, як наслідок, створити комплексний та багатогранний портрет креативної економіки, що враховує прямі, непрямі та індуковані ефекти, які зазвичай випадають з традиційного статистичного обліку.

Зрештою, критично важливим видається підвищення кваліфікації аналітиків та впровадження інноваційних методик, зокрема з використанням *економетричних моделей* та *машинного навчання*, для прогнозування та оцінки довгострокових впливів креативних індустрій на ВВП та зайнятість. Це дозволить не лише оцінювати поточний стан, але й моделювати потенційне зростання сектора, що є важливим для розробки ефективної державної політики та стратегій підтримки креативної економіки.

Висновки

За результатами дослідження досягнуто поставленої мети – адаптації наявних методологій оцінки економічного внеску креативних індустрій до статистичної системи України, а також визначення ключових показників, що відображають їхній економічний вимір. Робота включала систематичний огляд міжнародних підходів до вимірювання економічного впливу креативного сектору (*UNCTAD, UNESCO, Deloitte, EY*). Національні статистичні дані дезагредовано до рівня

класів *NACE*. Це дозволило виявити структурні тенденції на основі кількості суб'єктів господарювання, показників зайнятості та обсягів продажів.

Підтверджено висунуту гіпотезу про те, що креативні індустрії в Україні зберігають свою здатність функціонувати як каталізатор економічного розвитку навіть під час криз та воєнних конфліктів. *IT*-сектор визначено основним рушієм зростання, на який припадає понад дві третини зайнятості та приблизно три чверті продажів у креативній економіці. Водночас такі сектори, як архітектура, виконавське мистецтво, література та видавнича справа, демонструють підвищену вразливість. Це підкреслює структурну асиметрію в секторі та свідчить про необхідність диференційованих механізмів державної підтримки.

Дослідження також виявило мультиплікативний вплив креативних індустрій, що проявляється у створенні висококваліфікованих робочих місць, розширенні інноваційного потенціалу та розвитку регіональних економік. Водночас воно засвідчило наявність методологічних обмежень у чинній системі статистичного обліку, які перешкоджають всебічному відображенню непрямих ефектів та моделей неформальної зайнятості в креативному секторі.

Майбутні дослідження мають бути спрямовані на вдосконалення методів оцінки непрямого та мультиплікативного впливу креативних індустрій, зокрема шляхом використання таблиць "витрати – випуск" та мікроданих про зайнятість. Аналіз просторової кластеризації креативних індустрій та їхнього внеску у відродження регіональних економік в Україні в повоєнний період також є перспективним напрямом для подальшого дослідження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ / REFERENCE

Boix-Domènech, R., & Rausell-Köster, P. (2018). The economic impact of the creative industry in the European Union. In V. Santamarina-Campos & M. Segarra-Oña (Eds.), *Drones and the creative industry*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-95261-1_2

Clark, D. (2009). Crunching creativity: An attempt to measure creative employment. *Creative Industries Journal*, 2(3), 217–230. https://doi.org/10.1386/cij.2.3.217_1

Creative Industry Statistics: Report 2025. (2025). <https://wifitalents.com/creative-industry-statistics/>

Ernst & Young Global Limited. (2015). *Cultural times: The first global map of cultural and creative industries*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000235710>

Daubaraitė, U., & Startienė, G. (2016). The role of creative industries in economic development of Lithuania and Latvia. In *Eurasian studies in business and economics* (pp. 91–103). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-46319-3_5

Deloitte. (2021, June). *The future of the creative economy*. <https://www.scribd.com/document/519459416/Deloitte-Uk-Future-Creative-Economy-Report-Final>

Pasikowska-Schnass, M. (2019). *Employment in the cultural and creative sectors*. EPRS / European Parliamentary Research Service. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/642264/EPRS_BRI\(2019\)642264_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/642264/EPRS_BRI(2019)642264_EN.pdf)

UNCTAD. (2024). *Creative economy outlook 2024*. <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024>

UNCTAD. (2024, July 11). *How digitalization is transforming the creative economy*. <https://unctad.org/news/how-digitalization-transforming-creative-economy>

UNCTAD. (2024, April 21). *Improving the measurement of the creative economy*. <https://unctad.org/news/improving-measurement-creative-economy>

UNCTAD. (2021). *Creative Industry 4.0: Towards a new globalized creative economy*. https://unctad.org/system/files/official-document/ditctncd2021d3_en.pdf

UNESCO. (2009). *Measuring the economic contribution of cultural industries: A review and assessment of current methodological approaches* (Handbook No. 1). https://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/measuring-the-economic-contribution-of-cultural-industries-a-review-and-assessment-of-current-methodological-approaches-en_1.pdf

Держстат. (2024а). *Кількість суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності*. https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/fin/osp/ksg/ksg_u/arch_ksg_u.htm

State Statistics Service. (2024a). *Number of business entities by type of economic activity*. https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/fin/osp/ksg/ksg_u/arch_ksg_u.htm

Держстат. (2024b). *Кількість зайнятих працівників в підприємствах за їх розмірами за видами економічної діяльності*. https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/fin/osp/kzp/kzp_u/arch_kzp_u.htm

State Statistics Service. (2024b). *Number of employed persons in enterprises by their size and by type of economic activity*. https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/fin/osp/kzp/kzp_u/arch_kzp_u.htm

Держстат. (2024c). *Обсяг реалізованої продукції (робіт, послуг) суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності*. https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/fin/osp/orps/orps_u/arch_orps_u.htm

State Statistics Service. (2024c). *Volume of sold products (works, services) of business entities by types of economic activity*. https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/fin/osp/orps/orps_u/arch_orps_u.htm

Держстат. (2024d). *Рентабельність операційної та всієї діяльності підприємств за видами економічної діяльності*. https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/fin/rodp/rodp_pr/rodp_pr_u/arch_rodp_ved_u.htm

State Statistics Service. (2024d). *Profitability of operating and overall activities of enterprises by types of economic activity*. https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/fin/rodp/rodp_pr/rodp_pr_u/arch_rodp_ved_u.htm

Забалдіна, Ю., & Дворська, І. (2024). Антикризова адаптація туристичної галузі України. *Scientia fructuosa*, 156(4), 121–140. [https://doi.org/10.31617/1.2024\(156\)07](https://doi.org/10.31617/1.2024(156)07)

Zabaldina, Yu., & Dvorska, I. (2024). Anti-crisis adaptation of the tourism industry in Ukraine. *Scientia fructuosa*, 156(4), 121–140. [https://doi.org/10.31617/1.2024\(156\)07](https://doi.org/10.31617/1.2024(156)07)

Розпорядження Кабінету Міністрів України "Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій" № 265-р (2019, 24 квітня). Урядовий портал України. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-p#Text>

Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On approval of the types of economic activities that belong to the creative industries" No. 265-r (2019, April 24). Official Portal of the Government of Ukraine. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-p#Text>

Міністерство культури та інформаційної політики України. (2022). *Податкові надходження у сфері креативних індустрій в Україні: I квартал 2022 vs I квартал 2021*. <https://drive.google.com/file/d/1XM6XO2zZMbiPhdUCuCUcOpUg13jEVbYh/view>

Ministry of Culture and Information Policy of Ukraine. (2022). *Tax revenues in the field of creative industries in Ukraine: Q1 2022 vs Q1 2021*. <https://drive.google.com/file/d/1XM6XO2zZMbiPhdUCuCUcOpUg13jEVbYh/view>

Ніколаєва, О., Онопрієнко, А., Таран, С., Шоломицький, Ю., & Яворський, П. (2021). <i>Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України</i> . https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf	Nikolaieva, O., Onopriienko, A., Taran, S., Sholomytskyi, Yu., & Yavorskyi, P. (2021). <i>Creative industries: Impact on the development of Ukraine's economy</i> . https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf
Хлоп'як, С. В., & Квятковська, В. В. (2025). Використання штучного інтелекту для персоналізації туристичного досвіду. <i>Бізнес Інформ</i> , (6). https://doi.org/10.32983/2222-4459-2025-6-16-16&	Khlopiak, S. V., & Kviyatkovska, V. V. (2025). Using artificial intelligence to personalize the travel experiences. <i>Business Inform</i> , (6). https://doi.org/10.26565/2310-9513-2020-11-04

Конфлікт інтересів. Автори заявляють, що не мають фінансових чи нефінансових конфліктів інтересів щодо цієї публікації; не мають відносин із державними органами, комерційними або некомерційними організаціями, які могли б бути зацікавлені у поданні цієї точки зору. З огляду на те, що автори працюють в установі, яка є видавцем журналу, що може зумовити потенційний конфлікт або підозру в упередженості, остаточне рішення про публікацію цієї статті (включно з вибором рецензентів та редакторів) приймалося тими членами редколегії, які не пов'язані з цією установою.

Автори не отримували прямого фінансування для цього дослідження.

Забалдіна, Ю., Ткаченко, Т., & Хлоп'як, С. (2025). Креативні індустрії як фактор економічного зростання. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. Серія. Економічні науки, 4(141), 18–39. [https://doi.org/10.31617/3.2025\(141\)02](https://doi.org/10.31617/3.2025(141)02)

Надійшла до редакції 05.09.2025.
Прийнято до друку 16.10.2025.
Публікація онлайн 16.12.2025.