

DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-52-21>

УДК 338.2

Свищук Ірина Любомирівна

аспірант,

асистент кафедри міжнародної економіки,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-8403-1320>**Iryna Svyshchuk**

Taras Shevchenko National University of Kyiv

**СУЧАСНІ ТRENДИ РОЗВИТКУ
КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРИЙ В УКРАЇНІ****CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT
OF CREATIVE INDUSTRIES IN UKRAINE**

Анотація. Стаття присвячена дослідженню розвитку креативних індустрій в Україні в контексті глобальних економічних трансформацій. Проаналізовано динаміку експорту та імпорту креативних товарів і послуг, виявлено основні тенденції, що формують конкурентоспроможність цього сектору в умовах нестабільності. Особливу увагу приділено впливу цифровізації, змін у структурі міжнародної торгівлі та державної політики на розвиток галузі. Визначено основні виклики, окреслено перспективи інтеграції України в міжнародний ринок креативних індустрій, зокрема через адаптацію до глобальних трендів, стимулювання інвестицій та розвиток експортного потенціалу. Запропоновано стратегічні напрями підтримки сектору, враховуючи сучасні виклики, необхідність інституційних реформ та національні економічні пріоритети.

Ключові слова: креативні індустрії, експорт, імпорт, конкурентоспроможність, цифровізація, глобальні тренди.

Summary. The article is devoted to the study of key trends in the development of creative industries in Ukraine. It analyzes the dynamics of exports and imports of creative goods and services, identifies the main factors influencing this sector, and outlines the prospects for its development in the context of global economic instability. The research is based on an analysis of statistical data and academic publications, allowing for an assessment of the competitive advantages of Ukraine's creative industries. The study highlights the impact of digitalization, geopolitical changes, and government policies on the sector's evolution. The creative industries play an essential role in economic development, contributing to job creation, innovation, and international cooperation. According to the Law of Ukraine "On Culture" No. 2778-VI, creative industries are defined as types of economic activity aimed at generating added value and employment through cultural and/or creative expression. Given their potential, an in-depth analysis of trade dynamics in creative services helps assess national market competitiveness, identify strengths, and uncover new opportunities for further sectoral development. The study reveals significant fluctuations in the export and import dynamics of creative industries over recent years. Export trends indicate periods of both growth and decline, reflecting broader economic trends. The decline in export volumes in 2022 and 2023 is attributed to economic disruptions and geopolitical challenges, which affected production and logistical capacities. On the other hand, the gradual recovery of creative service imports in 2023 suggests market adaptation and renewed demand for international creative products. The research also highlights structural shifts in the creative economy, with increasing dominance of handmade and design-related products, while traditional print media and book publishing sectors face contraction. Digital and technology-driven segments, such as software and gaming, exhibit volatile trends, emphasizing the need for enhanced support and investment in these fields. The findings suggest that Ukraine's creative industries remain resilient despite economic uncertainties. Continued development will depend on successful integration into global markets, technological advancements, and state support initiatives. The study underscores the strategic importance of fostering innovation-driven creative industries to ensure sustainable economic growth and strengthen Ukraine's position in the global creative economy.

Keywords: creative industries, export, import, competitiveness, digitalization, global trends.

Постановка проблеми. Сучасне поняття «креативні індустрії» виникло у 90-х роках ХХ століття у зв'язку з поширенням інформаційних технологій та становленням постіндустріального суспільства. В країнах Західної Європи їх роз-

виток значною мірою був спричинений переміщенням індустриального виробництва до країн з дешевшою робочою силою, що призвело до переорієнтації економіки на творчі й інноваційні напрями [2]. Унаслідок цього розпочався актив-

ний розвиток креативних секторів економіки, які включають види економічної діяльності, орієнтовані на створення продукції інтелектуальної власності. Концептуальне наповнення терміну було визначено у доповіді «Проектування креативної індустрії», підготовленій Міністерством культури, медіа та спорту Великої Британії у 1998 році [10].

Проблема розвитку креативних індустрій в Україні постає в контексті глобальних трансформацій та адаптації до сучасних економічних викликів. Дослідження ключових трендів у цій сфері дозволяє оцінити перспективи розширення ринку, визначити конкурентні переваги та адаптаційні стратегії для підтримки стійкого розвитку галузі в умовах економічної невизначеності. У даному контексті важливо проаналізувати динаміку експорту та імпорту креативних послуг, а також простежити основні тенденції, що формують майбутнє цієї сфери в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз наукових досліджень і публікацій свідчить про посилену увагу до розвитку креативних індустрій як одного з ключових напрямів сучасної економіки. Законодавче регулювання цієї сфери в Україні визначено Законом України «Про культуру» № 2778-VI, який закладає основи функціонування креативних та культурних індустрій як важливого елемента економічного розвитку країни [1]. У глобальному контексті розвиток креативних індустрій розглядається як важливий чинник економічного зростання. Зокрема, дослідження Ndiaya C. і Lv K.J. вказує на значний вплив індустріалізації на економічний розвиток, що є актуальним у контексті трансформації креативних секторів як рушійної сили постіндустріальної економіки [2].

Статистичні дані ЮНКТАД (англ. United Nations Conference on Trade and Development, UNCTAD) щодо торгівлі креативними товарами та послугами дозволяють оцінити основні тенденції на міжнародному ринку. UNCTADstat надає детальну інформацію про обсяги та динаміку експорту та імпорту креативних товарів, а також про темпи їх зростання, що дозволяє простежити основні економічні тренди у сфері креативної економіки [3, 4, 5]. Крім того, аналітичний звіт ЮНКТАД «Прогноз креативної економіки 2024» надає широкий огляд поточного стану та прогнозів розвитку креативних індустрій на глобальному рівні [6]. Статистичний звіт ЮНЕСКО (англ. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, UNESCO) «Переформатування політики для творчості: звернення до культури як глобального суспільного блага» висвітлює роль креативних індустрій у забезпеченні сталого розвитку та їхній внесок у світову економіку [7].

В українському контексті важливими є дослідження Кукси І. М. та Петухової Т.О., які розглядають креативну економіку як складову інноваційної та стійкої стратегії розвитку України [8].

Також увагу заслуговує робота Валецького О.Л., що аналізує реалізацію державної політики у сфері креативних індустрій [9].

Історичні аспекти формування концепції креативних індустрій відображено в урядовій доповіді Великої Британії «Creative Industries Mapping Documents» 1998 року, яка стала основою для багатьох міжнародних досліджень та стратегій у цій сфері [10].

Таким чином, огляд літератури свідчить про високий інтерес до креативних індустрій як драйвера економічного зростання, особливо у контексті глобалізації, цифровізації та інноваційних змін.

Метою статті є дослідження ключових трендів розвитку креативних індустрій в Україні шляхом аналізу експортно-імпортних операцій, оцінки їхньої динаміки та впливу зовнішніх і внутрішніх факторів на торгівлю креативними товарами й послугами.

Виклад основного матеріалу дослідження. Креативні індустрії відіграють важливу роль у розвитку економіки, сприяючи зростанню зайнятості, інновацій та міжнародного співробітництва. Відповідно до Закону України «Про культуру» № 2778-VI від 14.12.2020 креативні індустрії – це види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження [1]. Вони охоплюють широкий спектр діяльності – від ІТ та дизайну до аудіовізуального мистецтва та реклами, формуючи конкурентні переваги країн на глобальному ринку.

На сьогодні креативні галузі економіки є важливими драйверами глобального зростання, відкриваючи нові можливості для економічного розвитку та диверсифікації. За даними ЮНЕСКО, їх щорічний дохід становить близько 2,3 трлн доларів США, що дорівнює 3,1% світового ВВП [7]. Світовий експорт креативних товарів та послуг демонструє стабільне зростання, що свідчить про посилення їхнього значення в глобальній економіці. За останні два десятиліття експорт творчих товарів зріс більш ніж у 3,5 рази, що лише трохи поступається загальному зростанню світового експорту товарів, який за цей період збільшився у 3,8 рази. Водночас експорт творчих послуг протягом останнього десятиліття зріс у 2,8 рази, що значно перевищує загальне зростання експорту всіх послуг, яке становило 1,5 рази [6]. За оцінками ЮНКТАД, у 2022 році загальний експорт творчих послуг досяг рекордних 1,4 трильйона доларів США, що майже вдвічі більше порівняно з експортом креативних товарів, обсяг якого сягнув 713 мільярдів доларів США [6]. Значна частина експорту пов'язана з цифровізацією творчої продукції, що дозволяє креативним компаніям ефективно інтегруватися у світову економіку, незалежно від географічного розташування. Водночас, традиційні сегменти креативних галузей

економіки, такі як мода, дизайн, ремесла та медіаконтент, продовжують залишатися важливими складовими міжнародної торгівлі. Дослідження ЮНКТАД також вказують на те, що багато країн активно впроваджують державні механізми підтримки креативних індустрій через профільні відомства та стратегічні програми [6].

Для оцінки розвитку креативних індустрій в Україні важливо проаналізувати зміни в експорті та імпорті креативних товарів та послуг у період з 2017 по 2023 роки.

Аналіз динаміки експорту креативних товарів в Україні демонструє як періоди зростання, так і спаду, що відображає загальні економічні тенденції. У 2017–2018 роках спостерігається стабільне зростання: експорт збільшився з 501 до 556 млн доларів США, а темп приросту досягав 19,96% у 2017 році та 11,03% у 2018 році. Такі показники свідчать про посилення конкурентоспроможності української креативної продукції, що сприяло її виходу на міжнародні ринки та нарощуванню експортного потенціалу (табл. 1).

Однак у 2019–2020 роках спостерігалось скорочення експорту – обсяги впали до 498 млн доларів США у 2020 році, а темпи приросту стали негативними (-7,18% у 2019 році та -3,6% у 2020 році). Така тенденція свідчить про залежність сектору від загальної економічної ситуації, включаючи внутрішню економічну нестабільність та вплив глобальних кризових явищ. Зокрема, пандемія COVID-19 суттєво вплинула на міжнародну торгівлю, зменшуючи попит та обмежуючи можливості логістики. Це, у свою чергу, призвело до скорочення попиту на деякі креативні товари, що орієнтовані на традиційні бізнес-моделі, залежні від фізичних поставок.

Різке зростання у 2021 році (до 664 млн доларів США) стало результатом відновлення глобального попиту після пандемічного спаду. Найвищий за весь період темп приросту – 33,31% – вказує на те, що креативні індустрії продемонстрували високу гнучкість та адаптивність до змін. У 2022 році динаміка експорту змінилася в негативному напрямку. Обсяги експорту скоротилися до 526 млн доларів США, що супроводжувалося

зменшенням частки у світовій торгівлі до 0,074%. Темп зростання показав найгірший результат серед представлених років і склав -20,76%. На зниження експорту вплинули економічні та геополітичні чинники, які обмежили виробничі та логістичні можливості українських компаній.

Офіційні джерела ще не надали дані за 2023 рік, тому аналіз залишається неповним. Оцінка загальної тенденції свідчить про високу чутливість експорту креативних товарів до макроекономічних змін.

В даному аспекті варто розглянути секторальну структуру експорту креативних товарів в Україні. З рис. 1. ми можемо спостерігати структурні зміни у галузі та переорієнтацію експортних пріоритетів. Виробництво виробів для рукоділля та дизайну займає домінуючу позицію, збільшивши свою частку з 81,24% у 2017 році до 93,73% у 2022 році. Така тенденція свідчить про стійкий міжнародний попит на українську декоративну продукцію та стабільність виробничого сектору, орієнтованого на традиційні ремесла.

Сегмент книг і видавництва демонструє системне скорочення. Якщо у 2017 році його частка становила 10,98%, то у 2022 році знизилася до 2,47%. Основними причинами є цифровізація контенту, зниження попиту на друковану продукцію та скорочення міжнародних ринків для українського книговидавництва. Дана тенденція вказує на потребу адаптації до глобального переходу на цифрові формати та пошуку нових експортних ніш.

Сфера музики, виконавського та образотворчого мистецтва залишається незначною, хоча у 2022 році частка зросла до 0,57% після падіння у попередні роки. Попри малу частку у загальному обсязі експорту, збереження стабільного рівня відображає певний попит на культурний продукт, що пов'язано з інтересом до української ідентичності на міжнародній арені.

Сектор архітектури почав з'являтися в експорті лише з 2019 року, досягнувши 1,2% у 2021 році, а потім скоротившись до 0,57% у 2022 році. Такі коливання є результатом змін у глобальних інвестиційних процесах та скорочення міжнародних замовлень через економічну нестабільність.

Таблиця 1 – Динаміка експорту креативних товарів в Україні

Рік/Показник	Експорт креативних товарів, млн дол. США	% світової торгівлі товарами	Темп зростання, рік до року
2017	501	0,089	19,96
2018	556	0,093	11,03
2019	516	0,084	-7,18
2020	498	0,092	-3,6
2021	664	0,096	33,31
2022	526	0,074	-20,76
2023	–	–	–

*дані за 2023 рік ще не висвітлено в офіційних джерелах

Джерело: систематизовано автором на основі [3; 4]

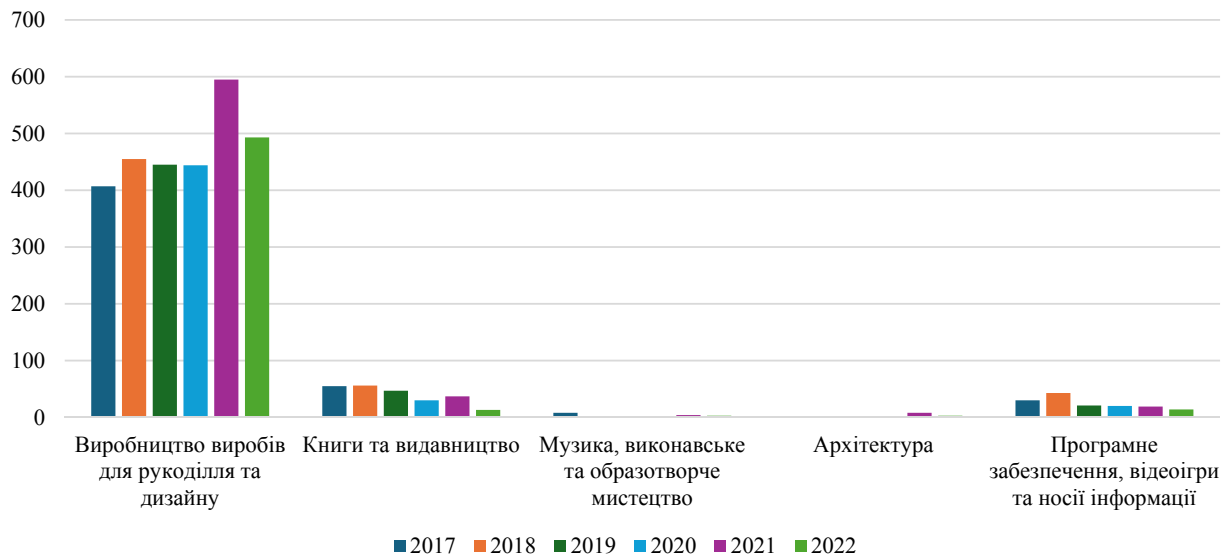


Рисунок 1 – Динаміка експорту креативних товарів України за категоріями

Джерело: складено автором на основі [3; 4]

Програмне забезпечення, відеоігри та носії інформації демонструють спадну динаміку. У 2018 році частка сягнула 7,73%, після чого розпочалося поступове зниження до 2,66% у 2022 році. Причинами виступають зміни у конкурентному середовищі, зменшення міжнародного попиту на українські ІТ-продукти та зміщення акцентів на внутрішній ринок.

В цілому, переважання традиційних виробничих сегментів та скорочення частки цифрових і видавничих продуктів вказує на трансформацію структури експорту. Зниження міжнародного попиту на окремі категорії креативних товарів та внутрішні адаптаційні процеси вимагають перегляду експортних стратегій, стимулювання цифрового сектору та розширення ринків збуту.

Загальний розвиток імпорту до 2021 року відображав збільшення внутрішнього попиту на креативну продукцію, зростання економіки та інтеграцію України у світовий ринок. Однак після 2021 року динаміка зазнала значного спаду, що пов'язано з низкою макроекономічних та геополітичних факторів. У період 2017–2019 років

спостерігалось поступове зростання імпорту креативних товарів. Високі темпи зростання імпорту у 2018–2019 роках пояснюються активним розвитком цифрових технологій, розширенням виробництва у сфері креативних індустрій та посиленням споживчого попиту на дизайнерські, технологічні й медіа-продукти. Крім того, інтеграція України у глобальні ринки стимулювала імпорт креативних товарів, що підтверджується збільшенням частки у світовій торгівлі. У 2020 році вплив пандемії COVID-19 призвів до спаду глобального попиту та скорочення міжнародних торговельних операцій, що позначилося на зменшенні імпорту на 4,93%. Водночас частка у світовій торгівлі зросла, що може свідчити про зміни у структурі імпорту – зменшення фізичних поставок компенсувалося зростанням цифрових та інтелектуальних товарів. У 2021 році відбулося різке відновлення імпорту, що відображає стабілізацію після кризового 2020 року. Активізація бізнесу, відновлення логістичних ланцюгів та зростання інвестицій у креативну сферу стали ключовими чинниками такого зростання (табл. 2).

Таблиця 2 – Динаміка імпорту креативних товарів в Україні

Рік/Показник	Імпорт креативних товарів, млн. дол. США	% світової торгівлі товарами	Темп зростання, рік до року
2017	703	0,136	15,41
2018	850	0,153	21,01
2019	986	0,178	15,92
2020	937	0,195	-4,93
2021	1141	0,187	21,69
2022	762	0,121	-33,15
2023	-	-	-

*дані за 2023 рік ще не висвітлено в офіційних джерелах

Джерело: систематизовано автором на основі [3; 4]

2022 рік приніс значні зміни внаслідок повномасштабного вторгнення росії в Україну. Скорочення імпорту на 33,15% пояснюється порушенням логістики, руйнуванням виробничих потужностей та зміною пріоритетів внутрішнього ринку, який переключився на критично необхідні товари. Втрата ринкових позицій та економічна нестабільність суттєво зменшили купівельну спроможність бізнесу і споживачів, що негативно вплинуло на попит на імпортовані креативні товари. Зниження частки України у світовій торгівлі у 2022 році свідчить про загальну стагнацію імпорту та перерозподіл міжнародних потоків на користь більш стабільних економік. Відсутність даних за 2023 рік не дозволяє оцінити поточний рівень відновлення, однак тенденції вказують на необхідність адаптації ринку до нових економічних умов, включаючи диверсифікацію джерел імпорту, підтримку внутрішнього виробництва та розвиток цифрових технологій для зменшення залежності від фізичних поставок.

З рис. 2. ми бачимо, що виробництво виробів для рукоділля та дизайну займає найбільшу частку в структурі імпорту креативних товарів. У 2017 році частка цього сегмента становила 86,49%, а у 2022 році – 87,66%. Незважаючи на певні коливання у абсолютних значеннях, тенденція до збереження домінуючої позиції очевидна, що пояснюється стабільним попитом на іноземні декоративні вироби та матеріали для рукоділля.

Сегмент книг та видавництва демонструє незначні коливання зростання. У 2017 році його частка становила 2,99%, а у 2022 році зросла до 4,33%. Дана тенденція вказує на збереження попиту на імпортовану друковану продукцію, яка доповнює внутрішнє виробництво.

Музика, виконавське та образотворче мистецтво залишається відносно невеликим сегментом, хоча частка цього напрямку змінювалася. У 2017 році вона складала 1,14%, у 2019 році досягла 1,81%, а у 2022 році впала до 1,18%. Дана тенденція свідчить про зміну споживчих уподобань, перехід на цифрові формати або зменшення попиту на фізичні мистецькі товари.

Імпорт програмного забезпечення, відеоігор та носіїв інформації демонструє нестабільну динаміку. У 2017 році цей сегмент складав 9,25% від загального імпорту креативних товарів, у 2019 році показник зріс до 9,63%, після чого спостерігалось поступове зниження. У 2022 році його частка складала 6,82%. Такі зміни пов'язані зі зростаючою роллю внутрішнього виробництва цифрового контенту та загальним спадом імпорту внаслідок економічної нестабільності.

Архітектура в імпортній структурі не представлена, що свідчить про відсутність значного попиту на закордонні товари у цій категорії.

Загальний аналіз свідчить про стабільну домінуючу позицію виробів для рукоділля та дизайну, поступове зростання частки книг та видавничої продукції та зменшення ролі імпортованих цифрових товарів. Такі тенденції свідчать про адаптацію внутрішнього ринку до нових викликів та поступове заміщення іноземної продукції національними аналогами.

Динаміка експорту креативних послуг в Україні демонструє стабільне зростання до 2021 року з подальшим спадом у 2022–2023 роках. У період 2017–2019 років спостерігався стрімкий ріст експорту креативних послуг. У 2017 році його обсяг становив 1249 млн доларів США, що відповідало 8,77% загальної торгівлі послугами. У 2018 році обсяг зріс до 1720 млн доларів США, а темп зрос-



Рисунок 2 – Динаміка імпорту креативних товарів України за категоріями

Джерело: систематизовано автором на основі [3; 4]

тання сягнув 37,7%, що свідчить про активну інтеграцію українського ринку у світову цифрову економіку. У 2019 році експорт продовжив зростати, досягнувши 2266 млн доларів США, а його частка у загальній торгівлі послугами піднялася до 17,9%. Основними драйверами такого зростання стали розвиток ІТ-сектору, цифрових медіа та аутсорсингових послуг (табл. 3).

У 2020 році сектор продовжив розширюватися, попри виклики пандемії. Експорт креативних послуг збільшився до 2786 млн доларів США, хоча темп зростання знизився до 22,9%. Незважаючи на це, частка у загальній торгівлі послугами залишалася стабільною на рівні 17,8%. Цифровізація бізнесу та перехід багатьох компаній у дистанційний формат роботи сприяли збереженню попиту на креативні послуги.

2021 рік став піковим за обсягами експорту. Його значення досягло 3617 млн доларів США, що відповідало 19,67% загальної торгівлі послугами. Темп зростання зріс до 29,8%, що може бути пов'язано з активним відновленням світової економіки після пандемічного спаду та зростаючою довірою міжнародних партнерів до українських компаній у сфері аутсорсу.

З 2022 року почався спад, обсяг експорту скоротився до 3469 млн доларів США, а темп зростання впав до -4,1%. Попри це, частка у загальній торгівлі послугами зросла до 20,88%, що свідчить про збереження відносної стійкості сектору. У 2023 році негативна динаміка продовжилася, експорт знизився до 3302 млн доларів США, а темп зростання становив -4,8%.

Загальний тренд вказує на те, що креативні послуги залишаються одним із ключових напрямів експорту, демонструючи гнучкість та адаптивність до нових умов. Подальша динаміка залежатиме від економічної стабільності, доступу до міжнародних ринків та стратегій підтримки сектора з боку держави.

Імпорт креативних послуг в Україні зазнав значних змін, від активного зростання до війни до часткового відновлення у 2023 році. У 2017–2018 роках відзначалося стійке збільшення попиту на іноземні креативні послуги, що відобразилося в зростанні імпорту з 635 до 821 млн доларів США, з темпом приросту 29,4%, що вказує на розширення використання міжнародних ІТ-рішень, рекламних послуг та аудіовізуального контенту (табл. 4).

У 2019 році спостерігалось незначне скорочення до 813 млн доларів США, що може свідчити про зміщення уваги бізнесу на внутрішні ринки та зміну структури попиту. Тенденція спаду продовжилася у 2020 році, коли імпорт знизився до 755 млн доларів США (-7,2%). Попри це, частка креативних послуг у загальному обсязі торгівлі залишалася відносно високою, що свідчить про їх важливу роль в економіці.

2021 рік ознаменувався стрімким відновленням до 1060 млн доларів США (+40,4%), що було обумовлено виходом бізнесу з кризи, зростанням інвестицій у креативні напрями та відновленням міжнародної торгівлі після пандемії. Однак у 2022 році через війну імпорт скоротився майже вдвічі, до 551 млн доларів США (-48%), що було

Таблиця 3. Динаміка експорту креативних послуг в Україні

Рік/Показник	Експорт креативних послуг, млн. дол. США	% загальної торгівлі послугами	Темп зростання, рік до року
2017	1249	8,77	16,5
2018	1720	10,86	37,7
2019	2266	17,9	31,7
2020	2786	17,8	22,9
2021	3617	19,67	29,8
2022	3469	20,88	-4,1
2023	3302	20,12	-4,8

Джерело: систематизовано автором на основі [5].

Таблиця 4 – Динаміка імпорту креативних послуг в Україні

Рік/Показник	Імпорт креативних послуг, млн. дол. США	% загальної торгівлі послугами	Темп зростання, рік до року
2017	635	4,76	18,3
2018	821	5,67	29,4
2019	813	5,17	-1
2020	755	6,76	-7,2
2021	1060	7,35	40,4
2022	551	1,99	-48
2023	656	2,59	19

Джерело: систематизовано автором на основі [5].

наслідком логістичних труднощів, економічної нестабільності та зниження доступу до фінансових ресурсів для закупівлі іноземних креативних послуг.

У 2023 році зафіксовано часткове відновлення імпорту до 656 млн доларів США, що супроводжувалося позитивним темпом зростання на рівні 19%, що є наслідком поступової адаптації ринку до нових умов, відновлення попиту та налагодження міжнародної співпраці.

Аналіз динаміки експорту та імпорту креативних товарів і послуг дозволяє визначити ключові тенденції, що впливають на розвиток креативних індустрій в Україні. Останні роки показали високу волатильність сектора, яка зумовлена як внутрішніми, так і глобальними економічними, технологічними та геополітичними чинниками.

1. Підвищення ролі креативних послуг у структурі експорту

Значне зростання експорту креативних послуг, особливо у період 2017–2021 років, демонструє високу конкурентоспроможність українського ІТ-сектору, аудіовізуального виробництва, дизайну та інших креативних напрямків. Частка креативних послуг у загальній структурі експорту послуг стабільно збільшувалася, що свідчить про формування сталих позицій України як важливого гравця на глобальному ринку цифрових та творчих індустрій.

2. Висока залежність від зовнішніх економічних та геополітичних факторів

Різке скорочення імпорту та експорту креативних товарів і послуг у 2022 році стало прямим наслідком воєнного вторгнення, макроекономічної нестабільності, втрати виробничих потужностей та змін у логістичних маршрутах. Українські компанії змушені адаптувати бізнес-моделі, що зумовлює перехід до цифрових рішень та дистанційних форматів співпраці.

3. Відновлення імпорту креативних послуг та поступова стабілізація

Незважаючи на кризові явища 2022 року, у 2023 році зафіксовано позитивну динаміку імпорту креативних послуг. Дана тенденція свідчить про поступову адаптацію ринку та відновлення попиту на міжнародні креативні продукти. Водночас імпорт все ще залишається нижчим за довоєнний рівень, що вказує на необхідність продовження реформ та підтримки сектору.

4. Домінування виробництва виробів для рукоділля та дизайну та скорочення частки книг та друкованої продукції

Основну частку експорту та імпорту креативних товарів в Україні становлять вироби для рукоділля та дизайну. Протягом 2017–2022 років їх частка в експорті зросла з 81,24% до 93,73%, що свідчить про стабільний попит на цю продукцію. В імпорті цей сегмент також домінує, займаючи понад 85% загального обсягу ввезених креатив-

них товарів. Така тенденція вказує на сильні позиції традиційних ремесел та декоративного виробництва в Україні, що мають сталий ринок збуту. Експорт книг та видавничої продукції демонструє стійку тенденцію до зниження. Якщо у 2017 році частка цього сегмента становила 10,98%, то у 2022 році вона скоротилася до 2,47%. Імпортні поставки також зростали повільними темпами, що свідчить про переорієнтацію ринку на цифрові формати та зміну споживчих уподобань.

5. Спадаюча динаміка цифрових і технологічних сегментів

Сектор програмного забезпечення, відеоігор та цифрових носіїв інформації в експорті демонструє спадну динаміку. У 2018 році його частка досягла 7,73%, після чого почалося поступове скорочення до 2,66% у 2022 році. В імпорті також спостерігається коливання: частка зросла у 2019 році до 9,63%, але в 2022 році впала до 6,82%. Дана тенденція свідчить про зниження залежності від імпорту програмних рішень та зростання внутрішнього виробництва цифрового контенту.

6. Інституційна підтримка та стратегічний розвиток креативних індустрій

Україна, як і більшість розвинених країн, має інституційні механізми підтримки креативних індустрій, такі як Міністерство культури та стратегічних комунікацій та профільні департаменти у Міністерстві економіки, які займаються розвитком креативних індустрій [11, 12]. В Україні затверджена Національна економічна стратегія до 2030 року, яка визначає креативні індустрії як один із пріоритетних напрямів економічного розвитку [11]. Стратегія передбачає стимулювання експорту креативних товарів і послуг, цифровізацію сектору, створення сприятливого бізнес-середовища та залучення інвестицій у культурно-креативну сферу. Проте, незважаючи на закладені стратегічні пріоритети, подальший розвиток потребує комплексних рішень: удосконалення інституційної підтримки, розширення доступу до фінансування для креативних підприємств та інтеграції українських компаній у глобальні виробничі та логістичні ланцюги.

Висновки. Аналіз ключових тенденцій розвитку креативних індустрій в Україні демонструє багато спільних рис із глобальними процесами. Світовий ринок креативних індустрій також характеризується високою волатильністю, що зумовлена технологічними змінами, геополітичними факторами та трансформацією моделей споживання.

У майбутньому розвиток креативних індустрій в Україні залежатиме від здатності адаптуватися до сучасних трендів, залучати інвестиції та розвивати конкурентоспроможний продукт, що відповідатиме світовим стандартам. Важливим напрямом є створення експортно орієнтованих стратегій, що дозволять українським компаніям активніше виходити на міжнародний ринок та використовувати

вати потенціал глобальної креативної економіки. Успішна інтеграція до глобальної креативної економіки можлива за умови комплексного підходу, що включає розвиток людського капіталу, модернізацію законодавчої бази та активну участь держави у створенні сприятливого бізнес-середовища.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про культуру» № 2778-VI 14.12.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text> (дата звернення: 31.01.2025).
2. Ndiaya, C. and Lv, K. J. Role of Industrialization on Economic Growth: The Experience of Senegal (1960-2017). *American Journal of Industrial and Business Management*. 2018. No. 8. P. 2072–2085. DOI: <https://doi.org/10.4236/ajibm.2018.810137> (дата звернення: 31.01.2025).
3. UNCTADstat Data centre. Creative goods matrix, annual. URL: <https://unctadstat.unctad.org/datacentre/dataviewer/US.CreativeGoodsValue> (дата звернення: 31.01.2025).
4. UNCTADstat Data centre. Creative goods matrix, growth rates, annual. URL: <https://unctadstat.unctad.org/datacentre/dataviewer/US.CreativeGoodsGR> (дата звернення: 31.01.2025).
5. UNCTADstat Data centre. International trade in creative services: estimates for individual economies (experimental). URL: https://unctadstat.unctad.org/datacentre/dataviewer/US.CreativeServ_Indiv_Tot (дата звернення: 31.01.2025).
6. UNCTAD. Creative Economy Outlook 2024. 2024. URL: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> (дата звернення: 31.01.2025).
7. UNESCO. Reshaping Policies for Creativity: Addressing Culture as a Global Public Good. UNESCO. Paris. 2022a. URL: <https://www.unesco.org/reports/reshaping-creativity/2022/en> (дата звернення: 31.01.2025).
8. Кукса І.М., Петухова Т.О. Креативна економіка як елемент інноваційної та стійкої стратегії розвитку України. *Ефективна економіка*. 2018. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6554> (дата звернення: 31.01.2025).
9. Валевський О.Л. Актуальні проблеми реалізації державної політики у сфері розвитку креативних і культурних індустрій: анотація. Аналітична записка. 2018. 13 с. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2019-01/111AZ_Walevskiy_-07092018-0b9aa.pdf (дата звернення: 31.01.2025).
10. Creative Industries Mapping Documents. Gov.UK. 1998. URL: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998> (дата звернення: 31.01.2025).
11. Кабінет Міністрів України. Вектори економічного розвитку 2030. URL: https://nes2030.org.ua/docs/doc-vector.pdf?fbclid=IwAR0ki7iEB_VL_6JkhzрDN9CWirk1c5AFWJIJfCHGmZ0o7BQuhLhsj57IRU (дата звернення: 31.01.2025).
12. Міністерство культури та стратегічних комунікацій. URL: <https://mcsc.gov.ua/> (дата звернення: 31.01.2025).

References:

1. Zakon Ukrainy «Pro kulturu» № 2778-VI (2020) [Law of Ukraine "On Culture" No. 2778-VI]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text> (in Ukrainian).
2. Ndiaya, C., Lv, K. J. (2018). Role of Industrialization on Economic Growth: The Experience of Senegal (1960-2017). *American Journal of Industrial and Business Management*, no. 8, pp. 2072–2085. DOI: <https://doi.org/10.4236/ajibm.2018.810137>
3. UNCTADstat Data Centre. Creative goods matrix, annual. Available at: <https://unctadstat.unctad.org/datacentre/dataviewer/US.CreativeGoodsValue>
4. UNCTADstat Data Centre. Creative goods matrix, growth rates, annual. Available at: <https://unctadstat.unctad.org/datacentre/dataviewer/US.CreativeGoodsGR>
5. UNCTADstat Data Centre. International trade in creative services: estimates for individual economies (experimental). Available at: https://unctadstat.unctad.org/datacentre/dataviewer/US.CreativeServ_Indiv_Tot
6. UNCTAD. (2024). *Creative Economy Outlook 2024*. Available at: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024>
7. UNESCO (2022a). *Reshaping Policies for Creativity: Addressing Culture as a Global Public Good*. UNESCO. Paris. Available at: <https://www.unesco.org/reports/reshaping-creativity/2022/en>
8. Kuksa I. M., Pietukhova T. O. (2018). Kreatyvna ekonomika yak element innovatsiinoi ta stiikoi stratehii rozvytku Ukrainy [Creative economy as an element of Ukraine's innovative and sustainable development strategy]. *Efektivna ekonomika – Effective Economy*, no. 2. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6554> (in Ukrainian)
9. Valevskiy O. L. (2018). Aktualni problemy realizatsii derzhavnoi polityky u sferi rozvytku kreatyvnykh i kulturnykh industrii: anotatsiia [Current problems of state policy implementation in the development of creative and cultural industries: annotation]. *Analitychna zapyska – Analytical Note*, 13 p. Available at: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2019-01/111AZ_Walevskiy_-07092018-0b9aa.pdf (in Ukrainian)
10. Creative Industries Mapping Documents. (1998). *Gov.UK*. Available at: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>
11. Kabinet Ministriv Ukrainy. Vektory ekonomichnoho rozvytku 2030 [Cabinet of Ministers of Ukraine. Vectors of Economic Development 2030]. Available at: <https://nes2030.org.ua/docs/doc-vector.pdf> (in Ukrainian).
12. Ministerstvo kultury ta stratehichnykh komunikatsii [Ministry of Culture and Strategic Communications]. Available at: <https://mcsc.gov.ua/> (in Ukrainian)

Стаття надійшла до редакції 03.02.2025