

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-83-20>

УДК 658.012.4:007.52:741.5

ЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ ДИЗАЙНЕРСЬКОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТА ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

ECONOMIC MECHANISMS OF DESIGN BUSINESS DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS OF DIGITIZATION AND GLOBALIZATION

Охріменко Алла Григорівна

доктор економічних наук, професор,
Державний торговельно-економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0405-3081>

Бойко Маргарита Григорівна

доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри,
Державний торговельно-економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0249-1432>

Кулик Марія Володимирівна

доктор економічних наук, професор,
Державний торговельно-економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8732-7441>

Okhrimenko Alla, Boiko Marharyta, Kulyk Mariia
State University of Trade and Economics

У статті досліджено економічні механізми розвитку дизайнерського бізнесу в Україні, які розглядаються як комплекс фінансових, ринкових, організаційно-економічних та інституційних інструментів, що забезпечують функціонування, масштабування та підвищення конкурентоспроможності дизайнерських підприємств. Визначено роль креативних індустрій та дизайнерського бізнесу у розвитку національної економіки. На основі статистичних даних проаналізовано динаміку основних показників діяльності суб'єктів дизайнерського бізнесу, їх доходів, податкових надходжень. Виявлено, що цифровізація та глобалізація стимулюють зростання продуктивності, інтеграцію у світові ринки та формування стійких бізнес-моделей. Сформульовано рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності та економічної стійкості дизайнерського бізнесу.

Ключові слова: креативні індустрії, дизайнерський бізнес, цифровізація, глобалізація, економічні механізми розвитку, конкурентоспроможність, бізнес-моделі, креативна економіка.

The article investigates the economic mechanisms underlying the development of designer business in Ukraine under the conditions of digitalization and globalization. It clarifies the concepts of “creative industries” and “designer business” and substantiates their interrelation, highlighting their key role in generating added value, fostering competitiveness, and ensuring sustainable growth within the national economy. Based on statistical data from design business entities for the period 2021–2024, the dynamics of the number of taxpayers, income volumes, and tax payments were examined, and patterns were identified that reflect the influence of digital and global factors. The research demonstrates that digitalization functions as a primary mechanism for business scaling, enabling efficient utilization of intellectual capital, rapid expansion of market reach, enhancement of productivity, and integration into online and international platforms. Globalization exerts competitive pressure, stimulating market selection, business consolidation, and strategic adaptation of business models toward specialization, branding, and export-oriented services. Despite fluctuations in tax payments, the economic potential of designer enterprises remains high, reflecting their resilience and capacity for innovation. The study emphasizes that the interplay of entrepreneurial adaptation, digital capitalization, fiscal-institutional regulation, and market mechanisms forms a coherent system that supports sustainable growth, competitive advantage, and resilience of designer business in a turbulent and interconnected economic environment. The findings provide practical recommendations for policymakers and business managers, including the development of digital competencies, adoption of innovative technologies, export promotion, and



strategic branding, to strengthen Ukraine's position in the global creative economy and enhance the long-term sustainability and profitability of designer enterprises.

Keywords: creative industries, design business, digitalization, globalization, economic mechanisms of development, competitiveness, business models, creative economy.

Постановка проблеми. У сучасній економіці креативні індустрії почали відігравати ключову роль у формуванні доданої вартості, створенні робочих місць та інтеграції у глобальні ринки. При цьому, дизайн, як складова креативних індустрій, поєднує творчість, інновації та підприємництво, забезпечуючи економічну ефективність і культурну цінність продукції та послуг. В той же час, цифровізація та глобалізація радикально трансформують дизайнерський бізнес: цифрові платформи, CRM-системи, інструменти 3D-моделювання та AR/VR дозволяють ефективно взаємодіяти зі споживачами, оптимізувати процеси та розширювати ринки збуту без великих інвестицій у фізичну інфраструктуру. Глобалізація створює нові можливості для виходу на міжнародні ринки та одночасно вимагає дотримання стандартів інтелектуальної власності, адаптації продуктів до різних культурних та економічних умов. Відповідно, в рамках проблематики розвитку дизайнерського бізнесу в умовах цифровізації та глобалізації проявляються такі ключові чинники: по-перше, цифровізація трансформує традиційні бізнес-моделі, змінюючи способи організації роботи дизайнерських підприємств та їх взаємодії з споживачами; а по-друге, глобалізація відкриває нові ринки та одночасно посилює конкурентні виклики. Незважаючи на це, український дизайнерський бізнес досі має недостатньо інтеграції у глобальні ринки та обмежено використовує цифрові технології, що створює потребу у науково обґрунтованих рекомендаціях щодо підвищення ефективності та конкурентоспроможності галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній економічній науці креативні індустрії розглядаються як ключовий фактор економічного розвитку, що поєднує інновації, підприємництво та глобальні ринки. Так, С. Бога та М. Топджу доводять, що креативна економіка формує значну додану вартість продукції та послуг, забезпечує конкурентоспроможність малих і середніх підприємств та сприяє регіональній стійкості [7]. В рамках бібліометричного дослідження екосистеми креативної економіки в контексті цифровізації, Л. Джудіханто розкриває значні масштаби зазначеного бізнесу, формування в ньому

різноспрямованих інновацій та динамічного зростання [9]. Стаття Ф. Лі присвячена дослідженню цілісної структури та новим тенденціями цифрової трансформації бізнес-моделей у креативних індустріях [11]. Ф. Аджіє та співавтори обґрунтовують, що цифровізація, у свою чергу, стала критичним механізмом трансформації бізнес-моделей у креативних галузях, зокрема у сфері дизайну, відкриваючи нові канали для маркетингу, продажу та взаємодії зі споживачами [6]. При чому О. Хлистова та Ю. Калюжнова розкривають як цифрові технології дозволяють підприємцям ефективніше використовувати ресурси, масштабувати бізнес та підвищувати стійкість до економічних та соціальних криз [10].

Варто зазначити, що український контекст цієї проблеми відзначається специфічними викликами. Так, дослідження І. Дульської показують, що креативні підприємства стикаються з проблемами відсутності повної статистики, недостатньої нормативно-правової підтримки та обмеженого доступу до цифрових платформ [3]. У цьому зв'язку Бей Г., Панченко І. розкривають, що цифрові інструменти, такі як онлайн-маркетплейси та методи дизайн-мислення, виступають важливим засобом підвищення ефективності та конкурентоспроможності українських дизайнерських студій [2]. В статті Безугла Л., Лазакович І. демонструють, що креативні індустрії не можна розглядати лише з точки зору художньої чи культурної цінності – вони мають економічний вимір, пов'язаний з інтелектуальною власністю, комерціалізацією інновацій та інтеграцією у глобальні ринки [1].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Узагальнюючи огляд наукової літератури, впливає, що вплив цифровізації та глобалізації на підприємництво у сфері дизайну є недостатньо вивченим, особливо в українських умовах. Незважаючи на те, що існує значна кількість міжнародних досліджень, практична інтеграція цих механізмів у локальні бізнес-моделі потребує детального аналізу та систематизації. Відповідно, виникає потреба у розробці ефективних механізмів розвитку дизайнерського бізнесу з урахуванням сучасних цифрових технологій та глобальних ринкових умов.

Формулювання цілей статті. Метою статті є аналіз економічних механізмів розвитку підприємництва у сфері дизайну в умовах цифровізації та глобалізації і формулювання рекомендацій для підвищення ефективності та конкурентоспроможності дизайнерських підприємств в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. У науковій літературі креативні індустрії визначаються як сектор економіки, який створює економічну цінність через інтелектуальну діяльність, творчість та інновації, а також генерує товари та послуги з високим культурним, естетичним або інформаційним потенціалом [12]. До креативних індустрій належать реклама, дизайн, мода, архітектура, кінематограф, музична та цифрова індустрії, видавнича справа, програмне забезпечення та медіа. А дизайнерський бізнес – підгалузь креативних індустрій, що охоплює підприємства та фахівців, які створюють та реалізують дизайнерські продукти та послуги: графічний, інтер'єрний, промисловий, цифровий та бренд-дизайн [12]. Його особливість – поєднання творчих та комерційних процесів із інтеграцією сучасних технологій та інноваційних методів для оптимізації виробництва, маркетингу та продажу. Відповідно, у межах цього дослідження креативні індустрії виступають як економічний каркас для аналізу дизайнерського бізнесу, а цифровізація та глобалізація визначають ключові механізми підвищення конкурентоспроможності.

Сучасний розвиток дизайнерського бізнесу в умовах цифровізації та глобалізації обумовлює необхідність дослідження економічних механізмів, які забезпечують його функціонування, конкурентоспроможність і стійке зростання. Економічні механізми розвитку дизайнерського бізнесу слід розглядати як сукупність взаємопов'язаних інструментів, процесів і умов, які забезпечують формування, функціонування та розширене відтворення підприємницької діяльності у сфері дизайну. На відміну від традиційних галузей економіки, дизайнерський бізнес базується не на матеріальних ресурсах, а на інтелектуальному капіталі, творчому потенціалі та цифрових технологіях, що зумовлює специфічний характер його економічних механізмів. З теоретичної точки зору [4] в цілому зміст цих механізмів охоплює:

– фінансово-економічні інструменти, зокрема формування доходів від надання дизайнерських послуг, ціноутворення на основі інтелектуальної цінності продукту,

диверсифікацію джерел доходів (проектна діяльність, ліцензування, цифрові продукти), а також податкове регулювання, яке суттєво впливає на масштаби та структуру бізнесу;

– ринкові механізми, що включають попит на дизайнерські послуги, конкуренцію на внутрішніх і зовнішніх ринках, інтеграцію у глобальні цифрові платформи та розвиток експортного потенціалу;

– організаційно-управлінські механізми розвитку дизайнерського бізнесу, що формуються через рішення, які визначають вибір бізнес-моделі, масштаби діяльності, форму підприємництва та використання цифрових інструментів управління, причому саме цифровізація дозволяє мінімізувати трансакційні витрати, підвищити продуктивність праці та розширити ринки збуту без суттєвих капітальних інвестицій;

– інституційні механізми, зокрема нормативно-правове регулювання креативних індустрій, захист прав інтелектуальної власності, державна підтримка та міжнародні програми розвитку.

Таким чином, економічні механізми розвитку дизайнерського бізнесу відображають комплексний вплив фінансових, ринкових, організаційних та інституційних факторів, які у взаємодії забезпечують зростання доходів, підвищення конкурентоспроможності та стійкість дизайнерських підприємств. Саме через аналіз цих механізмів стає можливим наукове обґрунтування шляхів розвитку дизайнерського бізнесу в умовах цифровізації та глобалізації.

Згідно з даними Міністерства культури України [5; 8] обсяг реалізованої продукції креативними індустріями досить динамічно зростає: з 19292 млн дол. США (526449 млн грн.) у 2021 р. до 30529,2 млн дол. США (1226234,7 млн грн.) у 2024 р. І одним із визначальних напрямів креативних індустрій є дизайнерський бізнес, що належить за КВЕД до п. 74.1 «Спеціалізована діяльність із дизайну» (табл. 1).

Узагальнюючи показники табл. 1, можна вважати, що дизайнерський бізнес характеризується стабільним зростанням доходів, значною кількістю суб'єктів та зростаючим внеском у бюджет, що дозволяє розглядати його як один із найбільш динамічних сегментів креативної економіки України. Також, проведений аналіз дозволяє зробити низку узагальнюючих висновків:

– дизайнерський бізнес в Україні демонструє високий рівень стійкості та адаптив-

Таблиця 1

**Динаміка основних показників діяльності суб'єктів бізнесу
за КВЕД 74.1 «Спеціалізована діяльність із дизайну» за період 2021–2024 рр.**

| Показники | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | Темп приросту 2024-2021 рр., % |
|-------------------------------------|--------|--------|---------|---------|-----------------------------------|
| Кількість платників податків | 8282 | 9912 | 13192 | 12677 | 53,1 |
| Обсяг доходів, млн. грн. | 2997,7 | 8189,3 | 22603,9 | 31342,3 | 945,5 |
| Обсяг сплачених податків, млн. грн. | 393,5 | 289,1 | 416,6 | 601,6 | 52,9 |

Джерело: розраховано авторами за [5; 8]

ності в умовах воєнних та економічних потрясінь, що проявляється у зростанні кількості суб'єктів господарювання та розширенні їх економічної активності;

– стійке та випереджальне зростання обсягів доходів свідчить про підвищення попиту на дизайнерські послуги, зокрема на міжнародних ринках, а також про ефективне використання цифрових каналів збуту та дистанційних форматів співпраці, це підтверджує зростання ролі дизайнерського бізнесу як одного з драйверів креативної економіки;

– нерівномірна динаміка податкових надходжень відображає вплив державної фіскальної політики в умовах воєнного стану та домінування малих форм підприємництва у структурі галузі, причому зростання обсягів сплачених податків у 2023–2024 рр. засвідчує поступове відновлення фіскального потенціалу дизайнерського бізнесу та його зростаючий внесок у наповнення бюджету.

Окрім того, результати аналізу динаміки показників діяльності суб'єктів дизайнерського бізнесу дозволяють ідентифікувати та емпірично підтвердити дію ключових економічних механізмів розвитку дизайнерського бізнесу в Україні. Передусім зростання кількості платників податків у 2021–2023 рр. відображає механізм підприємницької адаптації, який проявляється у переході дизайнерів до самозайнятості, реєстрації фізичних осіб–підприємців та використанні гнучких організаційних форм діяльності. Незначне скорочення кількості суб'єктів у 2024 році свідчить не про спад галузі, а про механізм ринкової селекції, у межах якого відбувається укрупнення бізнесу, підвищення його ефективності та оптимізація структури ринку.

Суттєве і випереджальне зростання обсягів доходів упродовж усього досліджуваного періоду є проявом механізму цифрової капіталізації дизайнерських послуг. Використання цифрових платформ, дистанційної взаємодії

з клієнтами та орієнтація на міжнародні ринки дозволили дизайнерським підприємствам багаторазово збільшити обсяги доходів без пропорційного зростання кількості суб'єктів або витрат. Це підтверджує ефективність бізнес-моделей, заснованих на інтелектуальному капіталі та цифрових каналах збуту.

Динаміка обсягів сплачених податків відображає дію фіскально-інституційного механізму розвитку. Зниження податкових надходжень у 2022 році пов'язане з державними заходами підтримки бізнесу в умовах воєнного стану, тоді як зростання податкових платежів у 2023–2024 рр. свідчить про поступове відновлення фіскальної спроможності дизайнерського бізнесу та зростання його ролі у формуванні доходів бюджету. При цьому збереження розриву між темпами зростання доходів і податкових платежів вказує на домінування малого підприємництва та широке застосування спрощених систем оподаткування.

У сукупності наведені показники підтверджують, що розвиток дизайнерського бізнесу в Україні відбувається під впливом комплексного економічного механізму, який може також із врахуванням проведеного аналізу поєднувати підприємницьку адаптацію, цифрову трансформацію, ринкову селекцію та інституційно-фіскальне регулювання. Саме взаємодія цих механізмів забезпечує високі темпи зростання доходів, відносну стабільність кількості суб'єктів та поступове зростання бюджетного ефекту дизайнерської діяльності (табл. 2).

Отримані результати аналізу динаміки показників діяльності суб'єктів дизайнерського бізнесу підтверджують, що його розвиток в Україні відбувається під впливом комплексу взаємопов'язаних економічних механізмів. Зростання кількості суб'єктів господарювання та випереджальні темпи зростання доходів свідчать про ефективність механізмів підпри-

Таблиця 2

**Економічні механізми розвитку дизайнерського бізнесу
та їх прояв через основні показники діяльності**

| Складова економічного механізму | Показник таблиці КВЕД 74.1 | Прояв механізму | Економічний ефект |
|---------------------------------|------------------------------|---|--|
| Підприємницька адаптація | Кількість платників податків | Зростання кількості суб'єктів у 2021–2023 рр. за рахунок реєстрації ФОП та самозайнятості | Розширення ринку дизайнерських послуг, зростання підприємницької активності |
| Ринкова селекція | Кількість платників податків | Незначне скорочення у 2024 р. | Оптимізація структури ринку, укрупнення та підвищення ефективності бізнесу |
| Цифрова капіталізація | Обсяг доходів | Багаторазове зростання доходів у 2021–2024 рр. | Підвищення продуктивності, зростання експортного потенціалу, масштабування бізнесу |
| Фінансово-економічна | Обсяг доходів | Випереджальні темпи зростання доходів порівняно з кількістю суб'єктів | Формування високої доданої вартості на основі інтелектуального капіталу |
| Фіскально-інституційна | Обсяг сплачених податків | Зниження у 2022 р., зростання у 2023–2024 рр. | Відновлення фіскального потенціалу та бюджетного ефекту |
| Інституційна підтримка | Обсяг сплачених податків | Вплив податкових пільг і спрощених режимів | Підтримка малого бізнесу та збереження економічної активності |

Джерело: сформовано авторами

емницької адаптації та цифрової капіталізації дизайнерських послуг. Нерівномірна динаміка податкових надходжень відображає дію фіскально-інституційних чинників і специфіку малого підприємництва у креативних індустріях.

На основі виявлених економічних механізмів розвитку дизайнерського бізнесу в Україні можна сформулювати практичні рекомендації для підвищення його ефективності, конкурентоспроможності та стійкості: 1) підприємницька адаптація – стимулювати гнучкі форми організації бізнесу, підтримувати стартапи та індивідуальних дизайнерів через освітні та консалтингові програми; 2) ринкова селекція – забезпечувати прозору конкуренцію та доступ до ринкової інформації, підтримувати стратегічне позиціювання підприємств на внутрішньому та міжнародному ринку; 3) цифрова капіталізація – інтегрувати цифрові платформи, інструменти онлайн-маркетингу та управління, що дозволяють масштабувати бізнес без великих капіталовкладень; 4) фінансово-економічна складова – дивер-

сифікувати джерела доходів дизайнерських підприємств, впроваджувати проектну діяльність, ліцензування та комерціалізацію інтелектуальної власності; 5) фіскально-інституційна – впроваджувати адаптивні податкові режими, пільги та стимули, які підвищують фінансову стабільність бізнесу; 6) інституційна підтримка – зміцнювати нормативно-правове середовище, захист інтелектуальної власності та державні програми підтримки, включаючи міжнародні ініціативи.

У сукупності це дозволяє зробити висновок, що дизайнерський бізнес характеризується високим рівнем економічної стійкості, здатністю до масштабування та значним потенціалом формування доданої вартості. Виявлені економічні механізми створюють підґрунтя для розробки цільових інструментів державної підтримки та стратегій розвитку дизайнерського бізнесу як одного з ключових сегментів креативної економіки України.

Висновки. Розвиток дизайнерського бізнесу в Україні в умовах цифровізації та глобалізації відбувається під впливом комплексу

взаємопов'язаних економічних механізмів, ключовими з яких є підприємницька адаптація, цифрова капіталізація, фінансово-економічне масштабування та фіскально-інституційне регулювання. Ці механізми формують сучасну модель функціонування дизайнерського бізнесу як складової креативної економіки, орієнтованої на створення інтелектуальної доданої вартості.

Цифровізація виступає базовим економічним механізмом масштабування дизайнерського бізнесу, забезпечуючи зниження транзакційних витрат, розширення доступу до міжнародних ринків і трансформацію індивідуальної творчої праці у комерційно ефективний продукт. Водночас глобалізація посилює конкурентний тиск, що сприяє ринковій селекції суб'єктів бізнесу та стимулює перехід від екстенсивного зростання до моделей, орієнтованих на якість, спеціалізацію та брендинг.

Фіскально-інституційні умови, зокрема спрощені режими оподаткування та адап-

тивна податкова політика, відіграють стабілізуючу роль у розвитку дизайнерського бізнесу в умовах економічної турбулентності. Коливання обсягів сплачених податків у досліджуваний період відображають не зниження економічного потенціалу галузі, а трансформацію форм підприємницької діяльності та зміну моделей монетизації дизайнерських послуг.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що дизайнерський бізнес в умовах цифровізації та глобалізації формується як високодинамічний сегмент економіки, здатний забезпечувати стійке зростання доходів, інтеграцію у глобальні ланцюги створення вартості та підвищення конкурентоспроможності національної економіки. Реалізація ефективних економічних механізмів розвитку дизайнерського бізнесу потребує подальшого вдосконалення інституційного середовища, підтримки цифрових компетенцій та стимулювання експорту креативних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Безугла Л., Лазакович І. Креативні індустрії та креативна економіка: досвід України в умовах війни. *Економіка та суспільство*, 2024, (63). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-30>
2. Бей, Г., Панченко, І. Дизайн-мислення та цифрове підприємництво: інноваційні підходи до бізнес-планування в епоху цифровізації. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, 2024. 330(3), 336-342. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-330-51>
3. Дульська, І. Роль цифровізації креативних індустрій у воєнний час і в період повоєнного відновлення України. *Економіка України*, 2024, 67(7), 70–93. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2024.07.070>
4. Колосніченко М.В. Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі: монографія. Київ : КНУТД, 2022. 226 с.
5. Креативні індустрії: основні показники діяльності (2023-2024). Статистичний огляд. Міністерство культури України. 2025. <https://mincult.gov.ua/wp-content/uploads/2025/11/kreatyvni2025-1.pdf>
6. Adjie F.S., Dhewanto W., Fachira I. Shifting Resource Configuration of the Creative Businesses in the Perspective of Digital Economy. *Economics and Business Quarterly Reviews. Asian Institute of Research*. 2024. 7(3). DOI: 10.31014/aior.1992.07.03.607.
7. Boga S., Topcu M. Creative Economy: A Literature Review on Relational Dimensions, Challenges and Policy Implications. *Economics*. 2020. 8(2). 149–169. DOI:10.2478/eoik-2020-0014
8. Entrepreneurship Education in Creative Industries in Ukraine. Analytical Report. British Council 2022. https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/creative_education_-_final_report_-_eng_1.pdf?utm_source=chatgpt.com
9. Judijanto L. Creative Economy Ecosystem in the Context of Digitalization: A Bibliometric Study of Innovation, Entrepreneurship, and Global Market Dynamics. *Sciences du Nord Humanities and Social Sciences*. 2025, Vol. 2, No. 01, pp. 1-12. DOI: 10.71238/snhss.v2i01.49
10. Khlystova O., Kalyuzhnova Y. The impact of the creative industries and digitalization on regional resilience and productive entrepreneurship. *The Journal of Technology Transfer*. 2023. 48. 1654–1695. <https://doi.org/10.1007/s10961-023-10020-2>
11. Li F. The digital transformation of business models in the creative industries: A holistic framework and emerging trends. *Technovation*. 2020. Vol. 92-93. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2017.12.004>
12. Parekh, N. Creative industries and economic value: A review of innovation, impact, and policy support. *IOSR Journal of Business and Management*, 2024, 26(11), 39–49. DOI: 10.9790/487X 2611013949.

REFERENCES:

1. Bezuhla L., Lazakovych I. (2024) Kreatyvni industrii ta kreatyvna ekonomika: dosvid Ukrainy v umovakh viiny [Creative industries and creative economy: experience of Ukraine in wartime]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 63. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-30> p. (in Ukrainian)
2. Bei, H., Panchenko, I. (2024) Dyzain-myslennia ta tsyfrove pidpriemnytstvo: innovatsiini pidkhody do biznes-planuvannia v epokhu tsyfrovizatsii [Design thinking and digital entrepreneurship: innovative approaches to business planning in the era of digitalization]. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, 330(3), 336-342. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-330-51> p. (in Ukrainian)
3. Dul'ska, I. (2024) Rol tsyfrovizatsii kreatyvnykh industrii u voiennyi chas i v period povoiennoho vidnovlennia Ukrainy [The role of digitalization of creative industries in wartime and in the period of post-war reconstruction of Ukraine]. *Ekonomika Ukrainy*, 67(7), pp. 70–93. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2024.07.070> p. (in Ukrainian)
4. Kolosnichenko M. (2022) *Hrafichnyi dyzain v informatsiinomu ta vizualnomu prostori* [Graphic design in information and visual space]. monohrafiia [a monograph]. Kyiv: KNUTD, 226 p. (in Ukrainian)
5. Kreatyvni industrii: osnovni pokaznyky diialnosti (2023-2024) [Creative industries: main indicators of activity (2023-2024). Statistical review]. Statystychnyi ohliad. Ministerstvo kultury Ukrainy [Ministry of Culture of Ukraine]. Available at: <https://mincult.gov.ua/wp-content/uploads/2025/11/kreatyvni2025-1.pdf> p. (in Ukrainian)
6. Adjie F.S., Dhewanto W., Fachira I. (2024) Shifting Resource Configuration of the Creative Businesses in the Perspective of Digital Economy. *Economics and Business Quarterly Reviews. Asian Institute of Research*. 7(3). DOI: 10.31014/aior.1992.07.03.607.
7. Boga S., Topcu M. (2020) Creative Economy: A Literature Review on Relational Dimensions, Challenges and Policy Implications. *Economics*. 8(2). 149–169. DOI:10.2478/eoik-2020-0014
8. Entrepreneurship Education in Creative Industries in Ukraine. Analytical Report. British Council 2022. https://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/creative_education_-_final_report_-_eng_1.pdf?utm_source=chatgpt.com
9. Judijanto L. (2025) Creative Economy Ecosystem in the Context of Digitalization: A Bibliometric Study of Innovation, Entrepreneurship, and Global Market Dynamics. *Sciences du Nord Humanities and Social Sciences*. Vol. 2, No. 01, pp. 1-12. DOI: 10.71238/snhss.v2i01.49
10. Khlystova O., Kalyuzhnova Y. (2023) The impact of the creative industries and digitalization on regional resilience and productive entrepreneurship. *The Journal of Technology Transfer*. 48. 1654–1695. <https://doi.org/10.1007/s10961-023-10020-2>
11. Li F. (2020) The digital transformation of business models in the creative industries: A holistic framework and emerging trends. *Technovation*. Vol. 92-93. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2017.12.004>
12. Parekh, N. (2024) Creative industries and economic value: A review of innovation, impact, and policy support. *IOSR Journal of Business and Management*, 26(11), 39–49. DOI: 10.9790/487X 2611013949.

Дата надходження статті: 05.02.2026

Дата прийняття статті: 21.02.2026

Дата публікації статті: 25.02.2026