

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2026-87-23>

УДК 339.5:338.46:7.05

МІСЦЕ УКРАЇНСЬКИХ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

THE POSITION OF UKRAINIAN CREATIVE INDUSTRIES IN THE GLOBAL MARKET

Свищук Ірина Любомирівна

аспірант,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

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

Taras Shevchenko National University of Kyiv

У статті досліджено місце українських креативних індустрій на світовому ринку на основі аналізу показників зовнішньої торгівлі креативними товарами та послугами протягом 2010–2024 рр. Встановлено, що упродовж досліджуваного періоду зовнішньоторговельний оборот креативних індустрій України зріс з 3,6 до 5,6 млрд дол. США, проте частка країни у світовому зовнішньоторговельному обороті скоротилася з 0,20% до 0,13%, що свідчить про нижчі темпи розвитку вітчизняного креативного сектору порівняно зі світовими. Виявлено асиметричну модель участі України у світовому ринку креативних індустрій, за якої конкурентні переваги формуються переважно за рахунок креативних послуг, тоді як позиції України у торгівлі креативними товарами залишаються порівняно слабкими. Зроблено висновок про наявність потенціалу для подальшого зміцнення міжнародних позицій України шляхом розвитку експортно орієнтованих видів креативної діяльності та розширення присутності українських креативних товарів і послуг на світовому ринку.

Ключові слова: креативні індустрії, світовий ринок, зовнішня торгівля, креативні послуги, креативні товари, зовнішньоторговельний оборот, міжнародні позиції.

The article examines the position of Ukrainian creative industries in the global market based on the analysis of foreign trade indicators for creative goods and services during 2010–2024. The relevance of the study is determined by the growing role of creative industries in the global economy, their increasing contribution to international trade, and the need to assess Ukraine's position in the global creative market under conditions of economic transformation and military challenges. The study analyzes the dynamics of foreign trade turnover of Ukrainian creative industries in comparison with global trends. Particular attention is paid to the assessment of Ukraine's share in the global foreign trade turnover of creative industries, the dynamics of exports, imports, trade balance, export and foreign trade quotas, as well as the export-import coverage ratio. The methodological framework is based on comparative, statistical, structural, and dynamic analyses using data from UNCTAD and other international statistical sources. The findings show that the foreign trade turnover of Ukrainian creative industries increased from USD 3.6 billion in 2010 to USD 5.6 billion in 2024. At the same time, Ukraine's share in the global foreign trade turnover of creative industries declined from 0.20% to 0.13%, indicating that the growth rate of the domestic creative sector lagged behind global trends. The study reveals an asymmetric model of Ukraine's participation in the global creative market, in which competitive advantages are generated primarily by creative services, while Ukraine's position in trade in creative goods remains comparatively weak. The results also demonstrate that Ukrainian creative industries have preserved their export potential despite the challenges caused by the full-scale war. The article concludes that Ukraine has the potential to strengthen its international market position through the further development of export-oriented creative activities and the expansion of Ukrainian creative goods and services in global markets. The findings provide a basis for the development of policy measures aimed at strengthening the international position of Ukrainian creative industries and enhancing their participation in the global creative market.

Keywords: creative industries, global market, foreign trade, creative services, creative goods, foreign trade turnover, market position.

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобалізації креативні індустрії пере-
творюються на один із найбільш динамічних

секторів світової економіки, забезпечуючи
створення доданої вартості, розвиток інно-
вацій та розширення міжнародної торгівлі



товарами і послугами творчого спрямування. Завдяки цифровізації та поширенню новітніх технологій креативні індустрії дедалі активніше інтегруються у світовий ринок, формуючи нові можливості для економічного зростання та підвищення конкурентоспроможності країн.

Для України розвиток креативних індустрій є важливим напрямом структурної модернізації економіки та посилення її участі у міжнародному поділі праці. Незважаючи на значний потенціал вітчизняного креативного сектору, питання визначення місця українських креативних індустрій на світовому ринку залишається недостатньо висвітленим у науковій літературі. Тому комплексне дослідження позицій України у міжнародній торгівлі креативними товарами і послугами набуває особливої актуальності як підґрунтя для оцінювання рівня інтегрованості вітчизняного креативного сектору у глобальний ринок та визначення сучасних тенденцій його розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Теоретичні та прикладні аспекти розвитку креативних індустрій активно досліджуються у працях українських і зарубіжних науковців. Концептуальні основи дослідження креативних індустрій сформовано у працях члена консультативної Ради з креативної економіки ООН, експерта креативних індустрій Дж. Хокінса, який у книзі «The Creative Economy: How People Make Money from Ideas» розвинув концепцію креативної економіки, доводячи, що саме креативність стала головним рушієм економічного розвитку в XXI столітті [6]. У книзі розкрито, як під впливом інновацій та оригінальних ідей формується нова економічна парадигма, де ключовим ресурсом виступає творчість [6]. У другому виданні книги Дж. Хокінс підкреслює стрімке зростання ролі творчої діяльності у світовій економіці та її перетворення на один із найдинамічніших секторів економічного розвитку [7]. Науковець акцентує увагу на посиленні попиту на креативні ідеї та продукти, досліджує сутність творчості й аналізує особливості її еволюції в умовах технологічних змін [7]. Значний внесок у розвиток теорії креативних індустрій здійснили Р. Флорида – автор концепції «креативного класу», та Ч. Лендрі – розробник концепції «креативного міста», які обґрунтували роль творчого потенціалу у забезпеченні соціально-економічного розвитку та конкурентоспроможності територій [5; 8].

Серед вітчизняних науковців вагомий внесок у дослідження креативних індустрій зро-

били Г. Филук та В. Колоша, які розглядають креативні індустрії як важливу складову сучасного соціально-економічного розвитку та обґрунтовують їх роль як одного з ключових драйверів економічного зростання. Авторки досліджують особливості функціонування креативних індустрій у взаємозв'язку з культурними, технологічними та соціальними процесами, а також акцентують увагу на посиленні їх впливу на розвиток національних економік [4]. В. Маргасова та В. Руденко доводять, що креативні індустрії виступають базисом сучасної архітектури економічного прогресу й активно продукують додану вартість [3]. Потенціал цього сектору в контексті підвищення конкурентоспроможності та загальної економічної динаміки виокремлюють Ю. Забалдіна, Т. Ткаченко та С. Хлопак [2]. Доповнюють ці підходи Н. Гусева та О. Немець, які зосереджуються на теоретико-методологічних та прикладних аспектах еволюції креативних індустрій під впливом системних трансформацій [1].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Попри значний науковий доробок у сфері дослідження креативних індустрій, питання визначення місця українських креативних індустрій на світовому ринку залишається недостатньо висвітленим у науковій літературі. Обмеженою залишається кількість комплексних досліджень, присвячених аналізу зовнішньоторговельної діяльності українських креативних індустрій та визначенню їх місця у світовому ринку креативних товарів і послуг.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є визначення місця українських креативних індустрій на світовому ринку на основі аналізу показників їхньої зовнішньоторговельної діяльності. Для досягнення поставленої мети передбачено проаналізувати динаміку зовнішньої торгівлі креативними товарами та послугами України, визначити особливості участі українських креативних індустрій у світовому ринку та виявити основні тенденції їхньої зовнішньоторговельної діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сьогодні креативні галузі економіки є важливими драйверами глобального зростання, відкриваючи нові можливості для економічного розвитку та диверсифікації. За даними Організації Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, UNESCO), їх щорічний

дохід становить 2,3 трлн доларів США, що дорівнює 3,1% світового ВВП [13]. За оцінками Конференції Організації Об'єднаних Націй з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД, United Nations Conference on Trade and Development, UNCTAD), у 2024 році світовий експорт креативних послуг досяг 1730,86 млрд дол. США, що більш ніж у 2,4 раза перевищувало експорт креативних товарів, обсяг якого становив 708,57 млрд дол. США [9]. Аналогічна тенденція спостерігалася і в імпорті: світовий імпорт креативних послуг становив 1332,37 млрд дол. США проти 631,54 млрд дол. США для креативних товарів [10–12]. Тенденція свідчить про домінування креативних послуг у структурі світової торгівлі креативних індустрій та зростання їх значення у сучасній економіці [13].

Для дослідження місця українських креативних індустрій на світовому ринку було виокремлено репрезентативні роки, що відображають основні етапи трансформації економіки: базовий докризовий період (2010 рік), період адаптації економіки до нових умов функціонування (2015 рік), піковий довоєнний етап розвитку (2019 рік), період шокового впливу повномасштабної війни (2022 рік) та етап часткового відновлення економічної активності (2024 рік).

Визначення місця українських креативних індустрій на світовому ринку доцільно розпочати з аналізу динаміки зовнішньоторговельного обороту (ЗТО), який відображає загальні тенденції розвитку міжнародної торгівлі креативними товарами і послугами та дозволяє зіставити траєкторію розвитку українського креативного сектору зі світовими тенденціями (рис. 1).

Аналіз динаміки зовнішньоторговельного обороту свідчить, що українські креативні індустрії поступово зміцнюють свої позиції на світовому ринку (рис. 1). Упродовж 2010–2024 рр. зовнішньоторговельний оборот креативних індустрій України зріс з 3,6 до 5,6 млрд дол. США (зростання в 1,5 рази), тоді як світовий показник збільшився з 1822,6 до 4403,3 млрд дол. США (зростання в 2,4рази). Значно вищі темпи розвитку світового ринку свідчать про посилення конкуренції та випереджальне зростання глобального сектору креативних індустрій.

Отримані результати підтверджують, що українські креативні індустрії, незважаючи на економічні кризи та повномасштабну війну, зберегли здатність до розвитку та міжнародної діяльності. Водночас нижчі темпи зростання порівняно зі світовими обумовлюють необхідність подальшого нарощування екс-

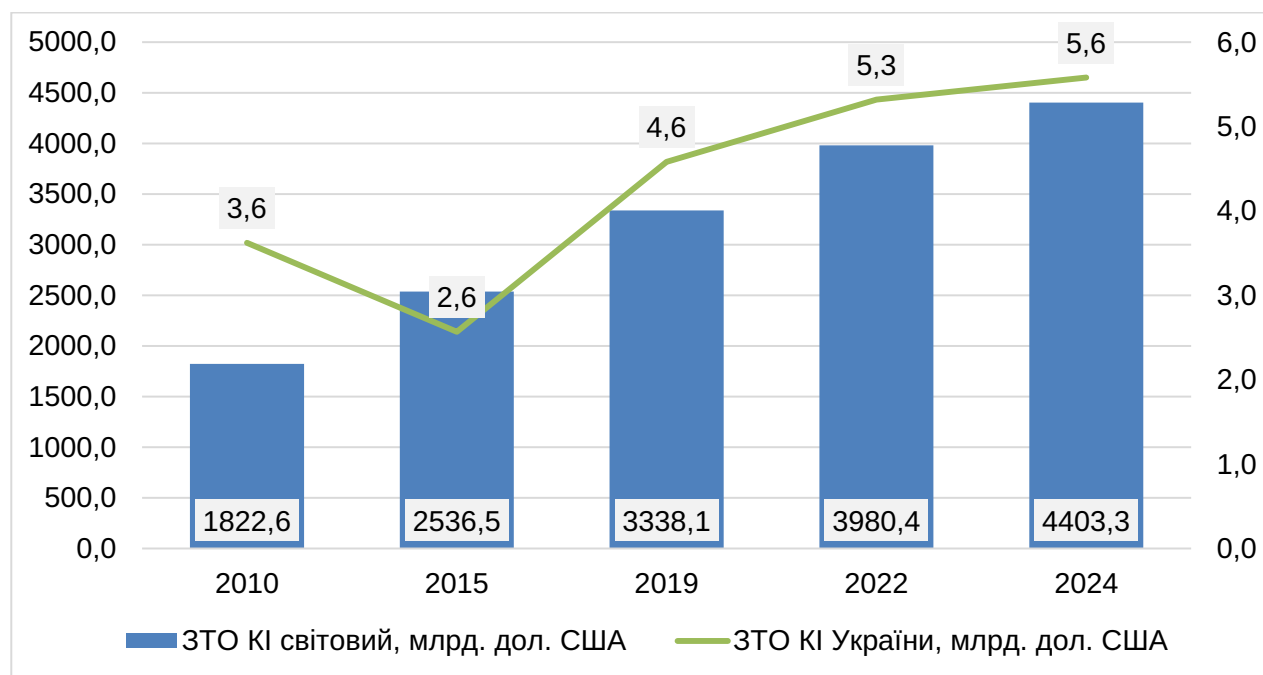


Рис. 1. Динаміка обсягів зовнішньої торгівлі креативними індустріями України та світу протягом 2010–2024 рр. (вибрані роки), млрд. дол. США

Джерело: сформовано автором на основі [10–12]

портного потенціалу й зміцнення міжнародних позицій України на світовому ринку креативних індустрій.

Наступним кроком розглянемо частку креативних індустрій у світовому зовнішньоторговельному обороті та частку України у світовому зовнішньоторговельному обороті креативних індустрій (рис. 2).

Аналіз даних рис. 2 свідчить про зростання значення креативних індустрій у світовій економіці: якщо у 2010 році їх частка у світовому зовнішньоторговельному обороті становила 4,72%, то у 2024 році вона зросла до 6,65%. Така тенденція відображає випереджальний розвиток креативного сектору порівняно з багатьма традиційними видами економічної діяльності та підтверджує посилення його ролі у формуванні сучасної структури світової торгівлі.

Водночас позиції України залишаються відносно обмеженими: попри абсолютне зростання зовнішньоторговельного обороту, її частка у світовому обороті креативних індустрій скоротилася з 0,20% до 0,13%. Тенденція свідчить про те, що темпи розвитку вітчизняного креативного сектору поступаються світовим, і вказує на наявність резервів для зміцнення конкурентних позицій та розширення участі у міжнародній торгівлі креативними товарами і послугами.

Для поглибленого дослідження конкурентних позицій України доцільно проаналізувати структуру зовнішньої торгівлі в розрізі креативних товарів і послуг (рис. 3).

Аналіз динаміки експорту та імпорту креативних товарів і послуг України свідчить про поступову трансформацію міжнародної спеціалізації креативних індустрій (рис. 3). Якщо у 2010 році експорт креативних послуг лише у 1,5 раза перевищував експорт креативних товарів, то у 2022 році цей розрив зріс до понад шести разів. Обсяг експорту креативних послуг збільшився з 0,92 млрд дол. США до 3,48 млрд дол. США, а у 2024 році залишався на високому рівні – 3,04 млрд дол. США. Натомість експорт креативних товарів протягом усього досліджуваного періоду суттєво не зростав і коливався в межах 0,46–0,62 млрд дол. США. Тенденція свідчить про формування конкурентних переваг України насамперед у сфері креативних послуг, зокрема ІТ, цифрового контенту, дизайну, реклами та інших знаннєємних видів діяльності.

Структура імпорту характеризується більш збалансованим співвідношенням креативних товарів і послуг, однак у 2024 році обсяги імпорту креативних товарів уже перевищували імпорт креативних послуг. Загалом міжнародні позиції України на світовому ринку

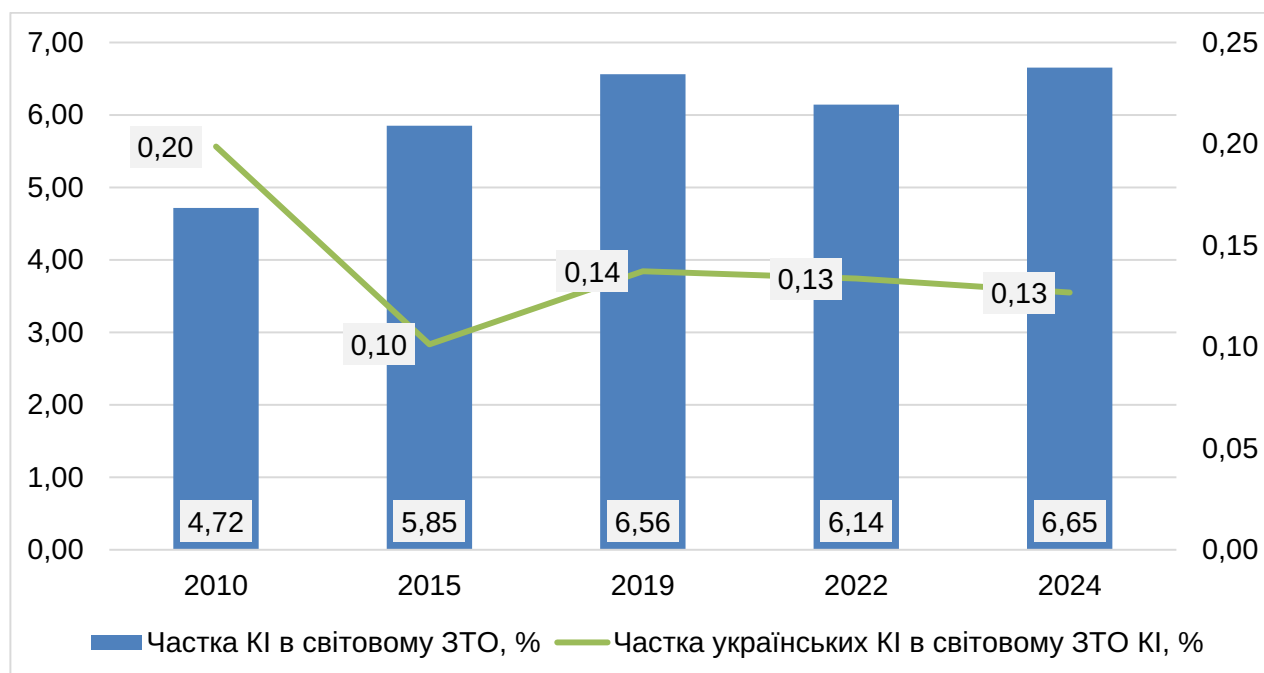


Рис. 2. Динаміка частки креативних індустрій у світовому ЗТО та частки України у світовому ЗТО КІ, протягом 2010–2024 рр. (вибрані роки), %

Джерело: сформовано автором на основі [10-12]

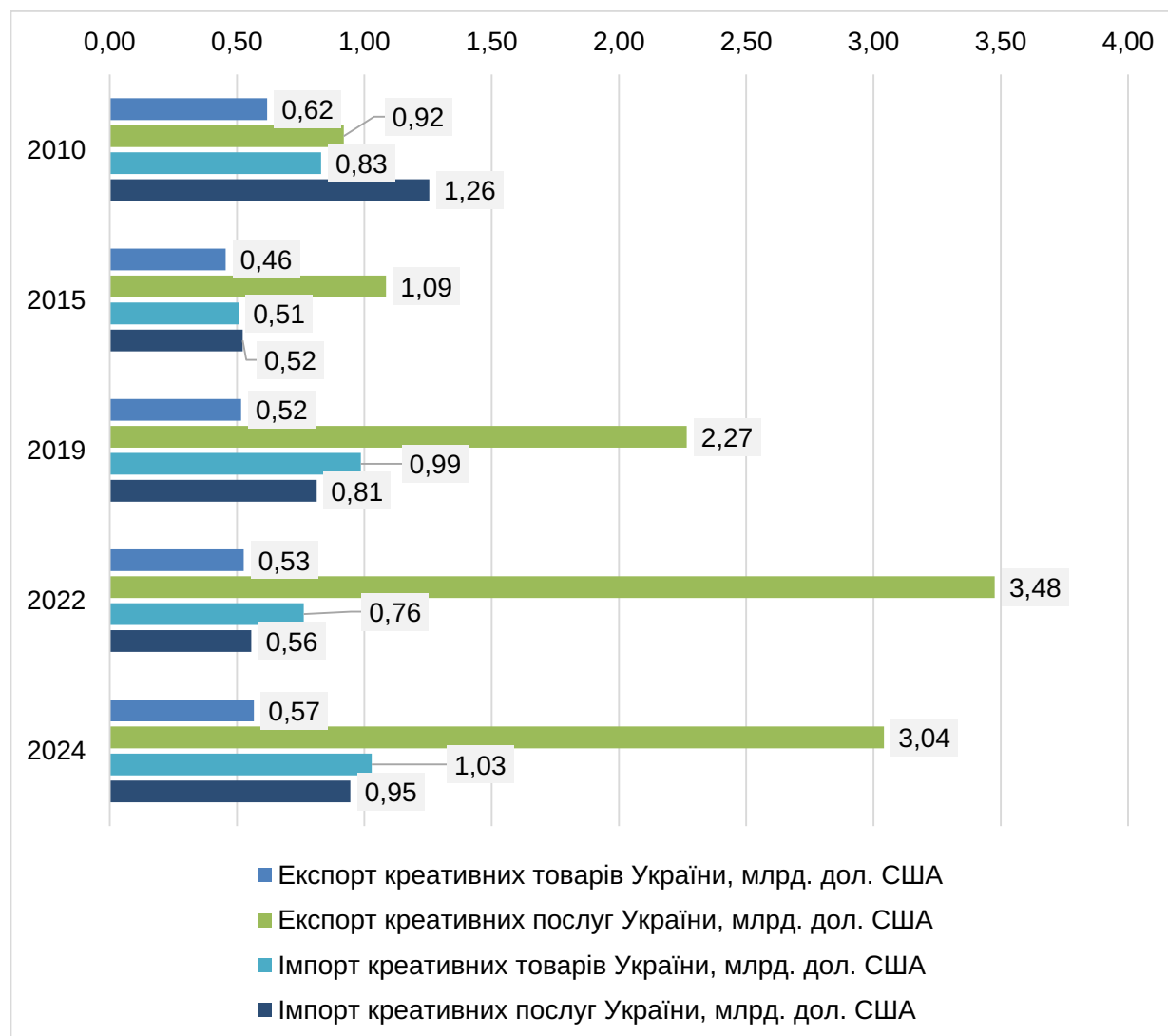


Рис. 3. Динаміка обсягів експорту та імпорту креативних індустрій України протягом 2010–2024 рр. (вибрані роки), млрд. дол. США

Джерело: сформовано автором на основі [10-12]

креативних індустрій формуються переважно завдяки торгівлі креативними послугами, що забезпечує основну частину експортних надходжень, тоді як відносно невеликі обсяги експорту креативних товарів вказують на наявність потенціалу для диверсифікації та розширення присутності у відповідних сегментах світового ринку.

Наступним кроком розглянемо динаміку сальдо зовнішньої торгівлі креативними товарами та послугами (рис. 4). Аналіз даних рис. 4 свідчить про суттєву асиметрію у конкурентних позиціях України на світовому ринку креативних індустрій. Якщо у 2010 році сальдо торгівлі як креативними товарами (–0,21 млрд дол. США), так і послугами (–0,34 млрд дол. США) було від'ємним, то вже у 2015 році сальдо кре-

ативних послуг набуло позитивного значення (0,56 млрд дол. США) і надалі демонструвало стійку висхідну динаміку, досягнувши максимального значення 2,92 млрд дол. США у 2022 році. Навіть в умовах повномасштабної війни позитивне сальдо креативних послуг у 2024 році становило 2,10 млрд дол. США, що підтверджує високу адаптивність і стійкість цього сегменту до зовнішніх шоків. Натомість сальдо торгівлі креативними товарами впродовж усього досліджуваного періоду залишалося від'ємним, коливаючись у межах від –0,05 до –0,47 млрд дол. США.

Позитивна динаміка сальдо креативних послуг відображає формування стійкої експортної спеціалізації України у знаннєємних видах діяльності – ІТ, цифровому контенті,

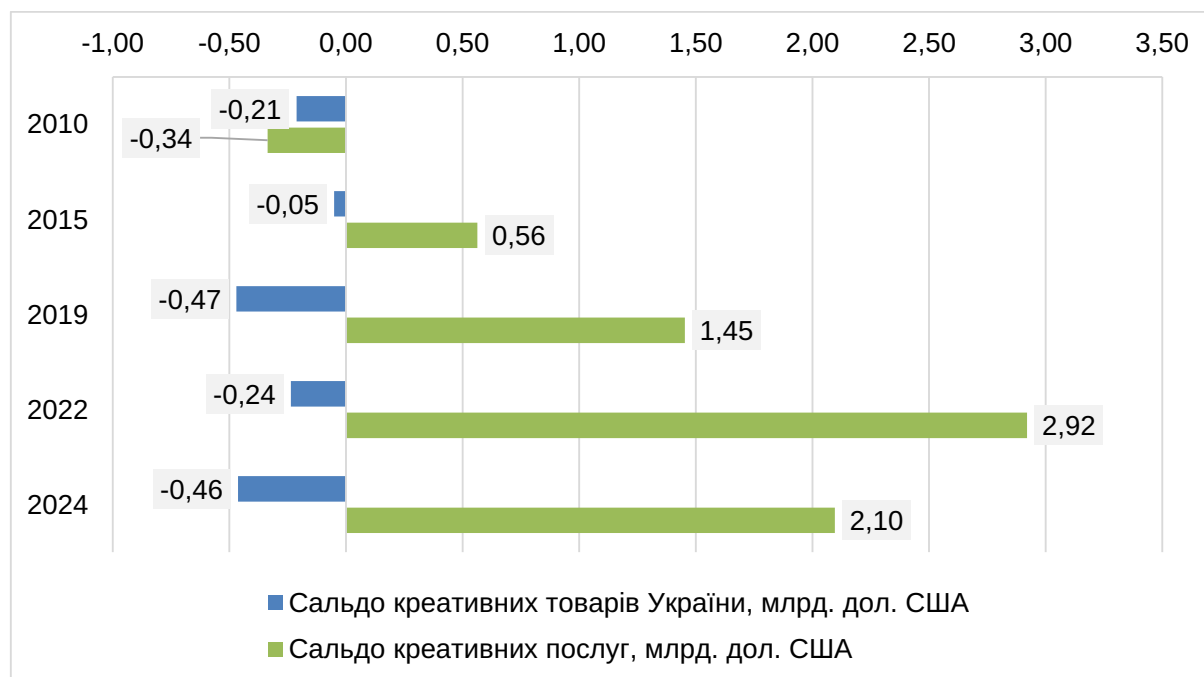


Рис. 4. Динаміка сальдо креативних товарів та послуг України протягом 2010–2024 рр. (вибрані роки), млрд. дол. США

Джерело: сформовано автором на основі [10-12]

дизайні та рекламі, які характеризуються низькою залежністю від фізичної інфраструктури та високою мобільністю в умовах воєнного часу. Збереження від'ємного сальдо креативних товарів свідчить про структурну слабкість товарного сегменту українських креативних індустрій: країна залишається нетто-імпортером у цій сфері, що вказує на недостатній рівень розвитку виробничих потужностей та обмежену конкурентоспроможність вітчизняних креативних товарів на зовнішніх ринках.

Для оцінювання рівня залучення українських креативних індустрій до світового ринку проаналізуємо показники експортної та зовнішньоторговельної квот, які характеризують значення зовнішньоекономічної діяльності креативного сектору для національної економіки та відображають ступінь його інтеграції до міжнародної торгівлі (рис. 5).

Динаміка показників свідчить про поступове посилення участі українських креативних індустрій у міжнародній торгівлі. Експортна квота зросла з 1,09% у 2010 році до 1,89% у 2024 році, досягнувши максимального значення 2,47% у 2022 році. Зовнішньоторговельна квота збільшилася з 2,56% до 2,93%, що підтверджує підвищення рівня відкритості креативних індустрій та їх активніше

залучення до міжнародного економічного середовища.

Зростання експортної квоти відображає посилення експортної орієнтації креативного сектору та збільшення його внеску у формування ВВП країни. Водночас пікові значення обох квот у 2022 році пояснюються не лише нарощуванням експорту креативних послуг, а й різким скороченням номінального ВВП України внаслідок повномасштабного вторгнення, що статистично підвищило відносні показники відкритості. Показово, що значення квот у 2024 році залишилися вищими за рівень початку досліджуваного періоду, що свідчить про структурне закріплення зовнішньоекономічної орієнтації українських креативних індустрій, а не лише про тимчасовий ефект воєнного часу.

Таким чином, незважаючи на негативний вплив воєнних ризиків та загальне уповільнення економічної активності, креативні індустрії зберегли та посилили свою інтегрованість у світовий ринок, що підтверджує їх вагомую роль у підвищенні міжнародної конкурентоспроможності національної економіки.

Для оцінювання позицій України на світовому ринку креативних індустрій проаналізуємо її частку у світовому експорті та імпорті креативних товарів і послуг, що дозволяє

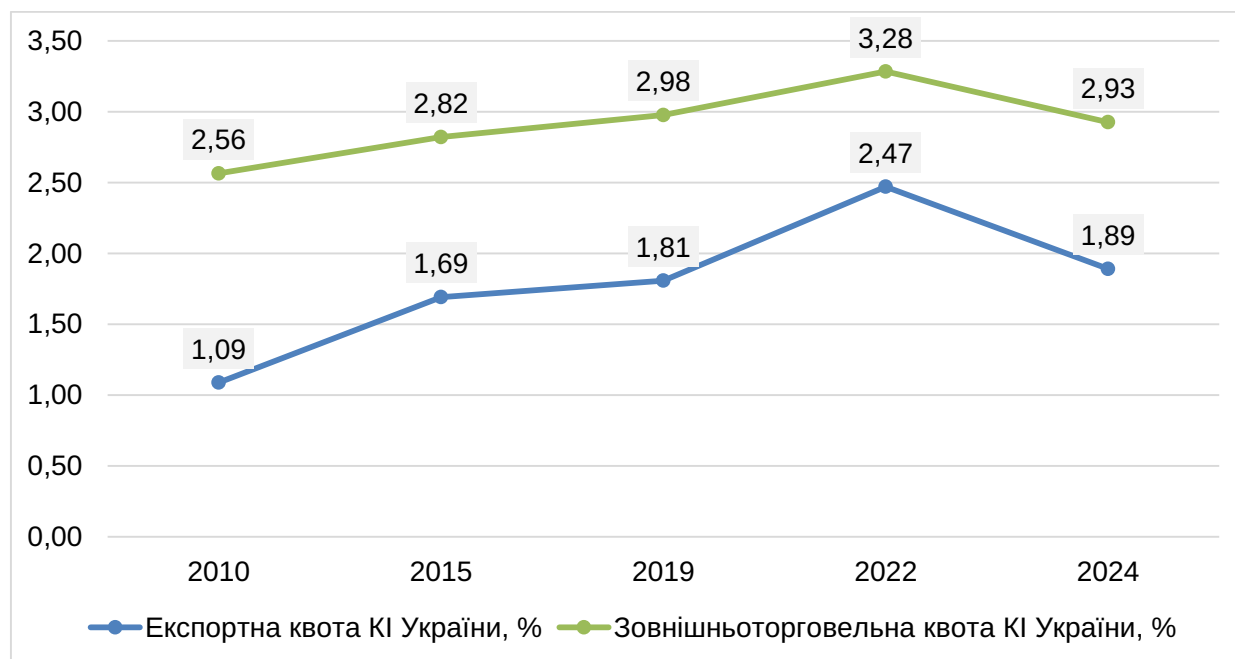


Рис. 5. Динаміка експортної та зовнішньоторговельної квот креативних індустрій України протягом 2010–2024 рр. (вибрані роки), %

Джерело: сформовано автором на основі [10-12]

виявити напрями, у яких країна має відносно сильніші або слабші конкурентні позиції (рис. 6).

Аналіз даних рис. 6 свідчить про суттєву нерівномірність позицій України на світовому ринку креативних індустрій у розрізі окремих складових. Найвищі значення зафіксовано у сфері експорту креативних послуг: частка України у світовому експорті послуг КІ зростає з 0,18% у 2010 році до 0,24% у 2022 році, однак у 2024 році дещо знизилася – до 0,18%. Натомість частка України у світовому експорті креативних товарів скоротилася з 0,15% у 2010 році до 0,08% у 2024 році, що свідчить про послаблення позицій у цьому сегменті.

Показовою є також динаміка імпортних часток. Частка України у світовому імпорті креативних товарів знизилася з 0,20% у 2010 році до 0,16% у 2024 році, тоді як частка в імпорті креативних послуг залишалася стабільно низькою – у межах 0,05–0,27%, досягнувши мінімуму у 2022 році (0,05%), що відображає різке скорочення імпорту послуг в умовах війни.

Стійке зростання частки України у світовому експорті креативних послуг аж до 2022 року підтверджує формування реальних конкурентних переваг у знаннєсміх видах діяльності, незалежно від воєнних умов. Водночас стійке скорочення частки у експорті

креативних свідчить про те, що вітчизняний товарний сегмент креативних індустрій не лише не нарощує присутність на світовому ринку, а й поступово її втрачає. Різке падіння частки в імпорті послуг у 2022 році до 0,05% відображає вимушене скорочення зовнішніх закупівель в умовах воєнного часу, а не структурні зміни у попиті. Таким чином, міжнародні позиції України у сфері креативних індустрій формуються переважно за рахунок експорту креативних послуг, тоді як товарний сегмент потребує цілеспрямованих заходів з підвищення конкурентоспроможності та нарощування експортного потенціалу.

Для узагальнення оцінки конкурентних позицій України на світовому ринку креативних індустрій проаналізуємо коефіцієнт покриття імпорту експортом креативних товарів і послуг, який на відміну від абсолютних показників дозволяє оцінити відносний рівень конкурентоспроможності окремих складових креативних індустрій (рис. 7).

Аналіз даних рис. 7 підтверджує суттєву асиметрію конкурентних позицій України у розрізі креативних товарів і послуг. Коефіцієнт покриття імпорту експортом креативних товарів упродовж усього досліджуваного періоду не перевищував 100%, коливаючись у межах 52,33–89,92%. Така динаміка свідчить про поглиблення імпортозалежності у цьому сег-

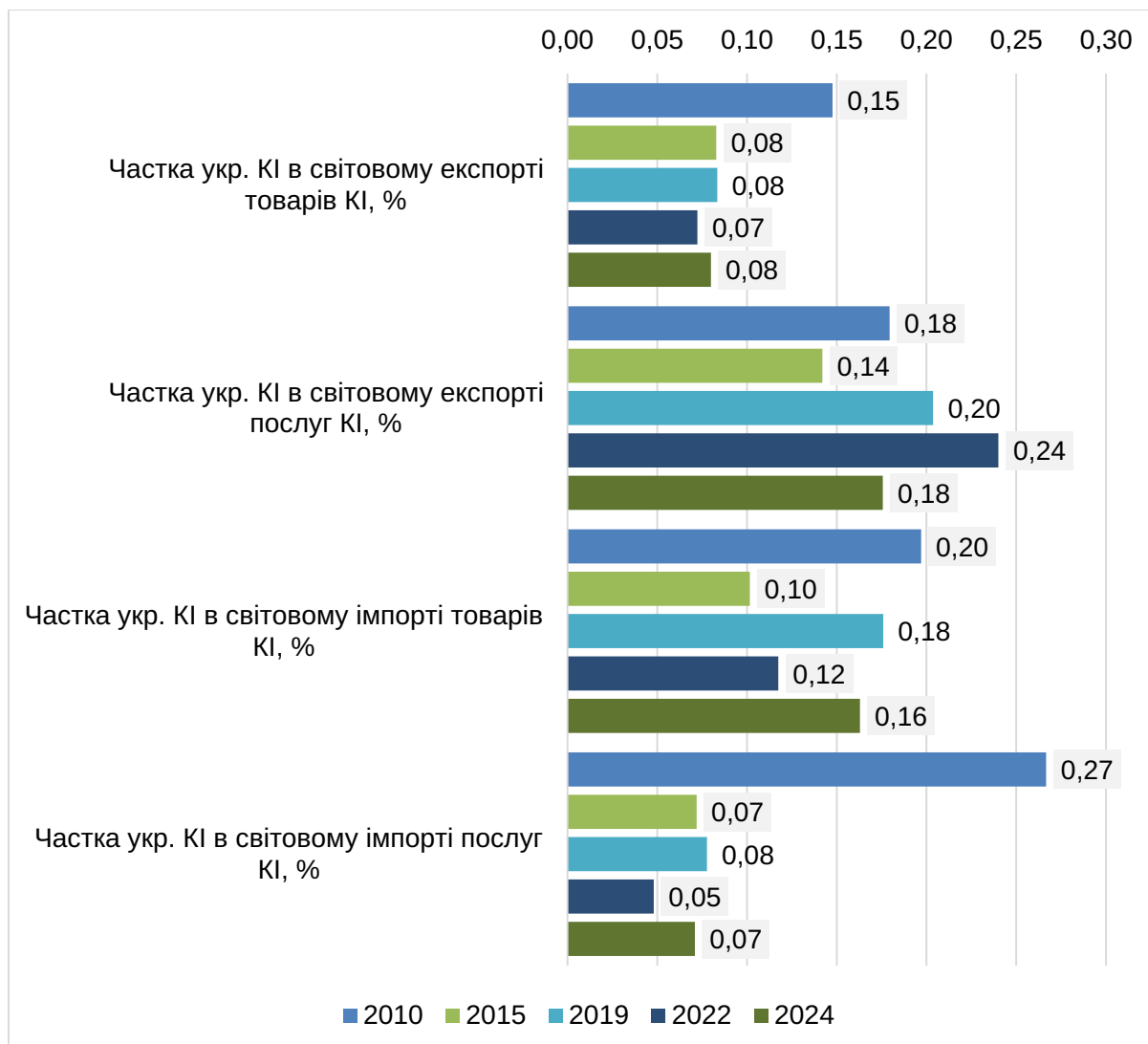


Рис. 6. Динаміка частки України у світовому експорті та імпорті креативних товарів і послуг, протягом 2010–2024 рр. (вибрані роки), %

Джерело: сформовано автором на основі [10-12]

менті та необхідність цілеспрямованої підтримки вітчизняних виробників креативних товарів.

Для креативних послуг характерна протилежна тенденція. Коефіцієнт покриття імпорту експортом зріс з 73,23% у 2010 році до 207,85% у 2015 році, продовжив зростання до 278,72% у 2019 році та досяг максимального значення 625,18% у 2022 році. Така тенденція пояснюється одночасним впливом двох чинників: збереженням високого рівня експорту ІТ та цифрових послуг і різким скороченням імпорту в умовах війни, що статистично посилює розрив між експортом та імпортом. Водночас збереження показника на рівні 321,80% у 2024 році, коли імпортні обмеження частково знялися, підтверджує, що конкурентні

переваги України у секторі креативних послуг мають структурний, а не кон'юнктурний характер.

Таким чином, коефіцієнт покриття імпорту експортом засвідчує, що міжнародна конкурентоспроможність українських креативних індустрій забезпечується виключно за рахунок сектору послуг, тоді як товарний напрям залишається структурно слабким і потребує системних заходів з нарощування експортного потенціалу.

Висновки. Проведене дослідження дозволило визначити місце українських креативних індустрій на світовому ринку на основі аналізу показників зовнішньої торгівлі креативними товарами та послугами. Встановлено, що світовий ринок креативних індустрій харак-

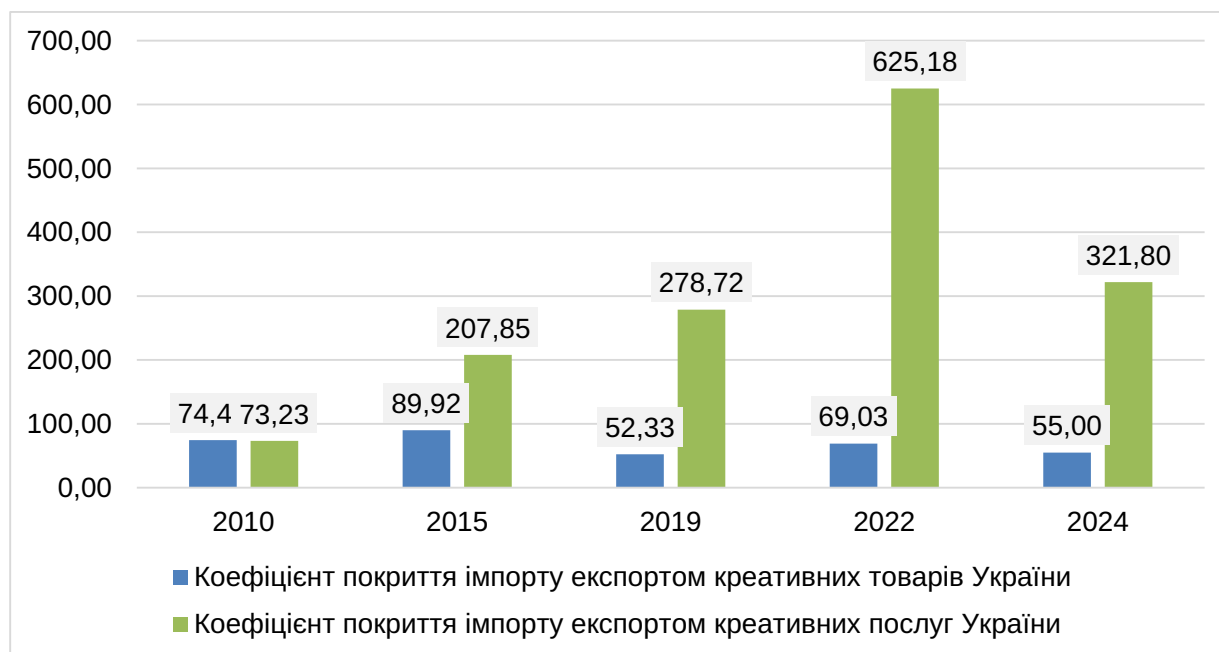


Рис. 7. Динаміка коефіцієнта покриття імпорту експортом креативних товарів та послуг України протягом 2010–2024 рр. (вибрані роки), %

Джерело: сформовано автором на основі [10-12]

теризується стійким зростанням та посиленням ролі креативних послуг у структурі міжнародної торгівлі. Україна також демонструє позитивну динаміку розвитку креативних індустрій, про що свідчить зростання зовнішньоторговельного обороту з 3,6 млрд дол. США у 2010 році до 5,6 млрд дол. США у 2024 році. Водночас темпи розвитку українських креативних індустрій залишаються нижчими за світові, що зумовило скорочення частки України у світовому зовнішньоторговельному обороті креативних індустрій з 0,20% до 0,13%.

Результати аналізу засвідчили, що конкурентні позиції України на світовому ринку креативних індустрій формуються переважно за рахунок сектору креативних послуг. Саме креативні послуги забезпечують основну частину експорту, формують стаке позитивне сальдо зовнішньої торгівлі та демонструють найвищі показники конкурентоспроможності. Встановлено асиметричний характер участі України у світовому ринку креативних індустрій, за

якого конкурентні переваги концентруються переважно у сфері креативних послуг, тоді як позиції у торгівлі креативними товарами залишаються порівняно слабкими, що проявляється у незначній частці у світовому експорті та збереженні від'ємного торговельного сальдо.

Загалом українські креативні індустрії характеризуються достатньо високим рівнем адаптивності до зовнішніх викликів та поступовим посиленням інтеграції до світового ринку. Незважаючи на негативний вплив воєнних дій, креативний сектор зберіг експортний потенціал і продовжив формувати конкурентні переваги України на міжнародному ринку. Зазначені тенденції свідчать про наявність передумов для подальшого зміцнення позицій України у світовому креативному просторі шляхом розвитку експортно орієнтованих видів креативної діяльності, насамперед креативних послуг, а також розширення присутності українських креативних товарів і послуг на міжнародних ринках.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Гусєва Н., Немець О. Креативні індустрії та креативна економіка: теоретико-практичні аспекти взаємозв'язків. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: географія*, 59(2), 44–53. 2025. DOI: <https://doi.org/10.25128/2519-4577.25.2.5>

2. Забалдіна Ю., Ткаченко Т., Хлопак С. Креативні індустрії як фактор економічного зростання. *Ius Modernum*. 141, № 4, 18–39. 2025. DOI: [https://doi.org/10.31617/3.2025\(141\)02](https://doi.org/10.31617/3.2025(141)02)
3. Маргасова В. Г., Руденко В.С. Креативні індустрії як основа формування національної креативної економіки. *Журнал стратегічних економічних досліджень*, (2), 31–37. 2026. DOI: <https://doi.org/10.30857/2786-5398.2026.2.3>
4. Филіук Г., Колоша В. Креативна економіка: сутність, еволюція, вплив на соціально-економічний розвиток. *Scientific Journal of Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University Economics*, (1), 63–69. 2025. DOI: <https://doi.org/10.32782/ecovis/2025-1-10>
5. Florida R. *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York : Basic Books, 2002. 434 p.
6. Howkins J. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London : Penguin Global, 2002. 288 p.
7. Howkins J. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. 2nd ed. London : Penguin UK, 2013. 288 p.
8. Landry C. *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London : Earthscan Publications Ltd, 2001. 300 p.
9. UNCTAD Creative Economy Outlook 2024. Geneva : UNCTAD, 2024. URL: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> (дата звернення: 18.06.2026).
10. UNCTADstat Data Centre. UNCTAD Trade in Creative Goods and Services. URL: <https://unctadstat.unctad.org/datacentre/dataviewer/US.CreativeGoodsValue> (дата звернення: 18.06.2026).
11. UNCTADstat Data Centre. UNCTAD Trade in Merchandise. URL: <https://unctadstat.unctad.org/datacentre/dataviewer/US.TradeMerchTotal> (дата звернення: 18.06.2026).
12. UNCTADstat Data Centre. UNCTAD Trade in Services. URL: <https://unctadstat.unctad.org/datacentre/dataviewer/US.TradeServCatByPartner> (дата звернення: 18.06.2026).
13. UNESCO Reshaping Policies for Creativity: Addressing Culture as a Global Public Good. Paris : UNESCO, 2022. URL: <https://www.unesco.org/reports/reshaping-creativity/2022/en> (дата звернення: 18.06.2026).

REFERENCES:

1. Husieva N., Niemets O. (2025). Kreatywni industрии ta kreatywna ekonomika: teoretyko-praktychni aspekty wzajemozwiazkiv [Creative industries and creative economy: theoretical and practical aspects of interrelations]. *Naukovi zapysky Ternopil'skoho natsional'nogo pedahohichnoho universytetu imeni Volodymyra Hnatiuka. Seriya: Heohrafiia*, vol. 59(2), pp. 44–53. Available at: <https://doi.org/10.25128/2519-4577.25.2.5> (in Ukrainian)
2. Zabaldina Yu., Tkachenko T., Khlopiak S. (2025). Kreatywni industрии yak faktor ekonomichnoho zrostan-nia [Creative industries as a factor of economic growth]. *Ius Modernum*, vol. 141, no. 4, pp. 18–39. Available at: [https://doi.org/10.31617/3.2025\(141\)02](https://doi.org/10.31617/3.2025(141)02) (in Ukrainian)
3. Marhasova V., Rudenko V. (2026). Kreatywni industрии yak osnova formuvannia natsionalnoi kreatyvnoi ekonomiky [Creative industries as a basis for the formation of the national creative economy]. *Zhurnal stratehichnykh ekonomichnykh doslidzhen*, no. 2, pp. 31–37. Available at: <https://doi.org/10.30857/2786-5398.2026.2.3> (in Ukrainian)
4. Fyliuk H., Kolosha V. (2025). Kreatywna ekonomika: sutnist, evoliutsiia, vplyv na sotsialno-ekonomichnyi roz-vyток [Creative economy: essence, evolution and impact on socio-economic development]. *Scientific Journal of Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University Economics*, no. 1, pp. 63–69. Available at: <https://doi.org/10.32782/ecovis/2025-1-10> (in Ukrainian)
5. Florida R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books. 434 p.
6. Howkins J. (2002). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin Global.
7. Howkins J. (2013). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. 2nd ed. London: Penguin UK.
8. Landry C. (2001). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London: Earthscan Publications Ltd.
9. UNCTAD (2024). *Creative Economy Outlook 2024*. Geneva: United Nations Conference on Trade and Development. Available at: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> (accessed June 18, 2026).
10. UNCTADstat Data Centre (2026) Trade in Creative Goods and Services. Available at: <https://unctadstat.unctad.org/datacentre/dataviewer/US.CreativeGoodsValue> (accessed June 18, 2026).
11. UNCTADstat Data Centre (2026). Trade in Merchandise. Available at: <https://unctadstat.unctad.org/datacentre/dataviewer/US.TradeMerchTotal> (accessed June 18, 2026).
12. UNCTADstat Data Centre (2026). Trade in Services. Available at: <https://unctadstat.unctad.org/datacentre/dataviewer/US.TradeServCatByPartner> (accessed June 18, 2026).

13. UNESCO (2022). Reshaping Policies for Creativity: Addressing Culture as a Global Public Good. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Available at: <https://www.unesco.org/reports/reshaping-creativity/2022/en> (accessed June 18, 2026).

Дата надходження статті: 18.06.2026
Дата прийняття статті до публікації: 15.07.2026
Дата публікації статті: 24.07.2026