

DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2025-4\(44\)-86-95](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2025-4(44)-86-95)

УДК 330.341.1

JEL Classification: A10; A11; F29; O31; O33; Z10

Лариса Михайлівна Мех

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки і управління
Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т.Г. Шевченка (Чернігів, Україна)
E-mail: mehlarisa@gmail.com. **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-4418-7036>

Марина Вікторівна Кондрашова

кандидат наук з державного управління, доцент, доцент кафедри економіки і управління
Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т.Г. Шевченка (Чернігів, Україна)
E-mail: kondrashova1210@ukr.net. **ORCID:** <https://orcid.org/0009-0003-0206-6185>

Ігор Васильович Коваль

кандидат політичних наук, доцент кафедри економіки і управління
Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т.Г. Шевченка (Чернігів, Україна)
E-mail: Kovalvf@gmail.com. **ORCID:** <https://orcid.org/0009-0006-9903-9977>

КАТЕГОРІАЛЬНИЙ ПРОСТІР ДОСЛІДЖЕННЯ КРЕАТИВНОГО СЕКТОРУ

У статті проведено концептуальну демаркацію між термінами «креативний бізнес», «культурні індустрії», «креативні індустрії» та «креативна економіка». Визначено, що розмежування між культурними індустріями та креативними індустріями є ключовим для цільового формування політики, оскільки воно визначає пріоритет: культурна спадщина чи економічна комерціалізація. Встановлено чітку ієрархію економічних категорій: креативна економіка як всеохопна парадигма, креативні індустрії як галузевий сектор, культурні індустрії як ядро креативних індустрій з фокусом на нематеріальній цінності, та креативний бізнес як операційна одиниця. Ключове економічне розмежування полягає у визначенні сутності: культурні індустрії визначаються культурною сутністю продукту (збереження спадщини), тоді як креативні індустрії визначаються методом створення доданої вартості через комерціалізацію креативності та інтелектуальної власності. Креативний бізнес є виконавчим інструментом, який перетворює інтелектуальний капітал (креативна економіка) у комерційний продукт (культурні та креативні індустрії).

Ключові слова: креативний бізнес; креативна економіка; культурні індустрії; креативні індустрії; модель концентричних кіл; знання; інтелектуальний капітал; інновації.

Табл.: 1. Рис.: 2. Бібл.: 22.

Постановка проблеми. Креативні та культурні індустрії є визнаною однією з найбільш динамічних і швидкозростаючих сфер сучасної економіки. Вони ефективно поєднують культурну цінність, значний інноваційний потенціал та здатність до соціальної трансформації, що робить їх стратегічним ресурсом для сталого розвитку [18]. Розуміння та підтримка цього сектору набувають особливої важливості у світі, що постійно змінюється, оскільки креативні та культурні індустрії стимулюють інновації, створюють робочі місця та сприяють формуванню національної ідентичності [5].

Попри високу актуальність, концептуальна демаркація між термінами «креативний бізнес», «культурні індустрії», «креативні індустрії» та «креативна економіка» залишається непевною і часто залежить від конкретного тлумачення, що створює виклики для розробки ефективної політики та статистичного обліку. Для забезпечення прозорості політики та розробки стандартизованих систем промислової класифікації, які можуть бути застосовані для всієї економіки, необхідний стандартизований набір визначень та чітка ієрархія цих понять.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Це дослідження є логічним продовженням наукових розвідок вітчизняних та зарубіжних дослідників, які зробили значний внесок у теоретичне обґрунтування та демаркацію цих понять.

Джон Хоукінс (John Howkins) вважається автором терміна «креативна економіка» (2001 рік). Він сфокусував увагу на вартості, що створюється інтелектуальною власністю, і є одним із ключових дослідників, необхідних для розуміння демаркації [11].

Річард Флоріда (Richard Florida) є автором концепції «креативного класу». Його роботи зосереджені на ролі креативних людей як рушійної сили економічного розвитку міст і регіонів, що безпосередньо стосується категорії «креативний бізнес» [11].

Чарльз Лендрі (Charles Landry) відомий своєю роботою про «креативне місто». Досліджував, як креативність може бути використана для міського планування та економічного відродження, пов'язуючи культурні індустрії з розвитком територій.

Енді Пратт (Andy Pratt) – один із провідних дослідників у сфері культурних та креативних індустрій. Його роботи часто стосуються визначення та класифікації креативних секторів.

В Україні проблема креативної економіки та демаркації категорій активно досліджується в контексті європейської інтеграції та розвитку національного економічного сектору. Так, Чорна Н. М. [20] досліджує вплив креативних індустрій на соціально-економічний розвиток територій, формування їхнього бренда й наступне просування на національному та міжнародному туристичному ринку. Ушкаренко Ю. В., Чмут А. В., Снякова К. М. [17] активно досліджують співвідношення понять «нова економіка», «креативна економіка», «інноваційна економіка», «цифрова економіка», «економіка вражень», «економіка знань».

Самійленко Г. М. [14] акцентує увагу на значенні та сутності складових терміна «креативна економіка», розглядає креативну економіку як системне явище, наводить особливості її функціонування з погляду системного підходу. У центрі досліджень Д. Копійки [7; 8] – моделі креативної економіки та структурна динаміка креативного сектору глобальної економіки.

Свтушенко О. В. та Арсенкіна Д. Д. [4] зосереджуються на дослідженні доцільності залучення креативних індустрій у післявоєнне відновлення України. Березюк-Рибак І. Р., Ільченко Н. В., Ганжала І. В. [1] досліджують роль креативних індустрій у контексті інноваційного розвитку економіки України. Федулова Л. І. та Давимука А. А. [2] вивчають вплив креативної економіки на регіональний розвиток та інноваційні процеси. Мерзвинська А. Ю. [11], Сотнікова Ю. В. [16], Карінцева О. І., Литвиненко С. М., Харченко М. О. [6] досліджують перспективи розвитку креативної економіки в Україні та її інтеграцію у світову систему.

Для дослідження з демаркації особливий інтерес становлять роботи, які прямо чи опосередковано займаються класифікацією, порівнянням та розмежуванням понять культурні індустрії, креативні індустрії та креативний бізнес на основі критеріїв UNCTAD, Європейського Союзу та національних підходів.

Виділення недосліджених частин загальної проблеми. Водночас досі не сформувалось єдиної позиції щодо демаркації креативного бізнесу, культурних і креативних індустрій та креативної економіки як економічних категорій. Вони потребують подальшого уточнення та систематизації.

Мета статті. Метою статті є проведення демаркації таких економічних категорій, як креативний бізнес, культурні і креативні індустрії та креативна економіка, встановлення їх ієрархічної структури.

Виклад основного матеріалу. Філософські роздуми античних мислителів про дозвілля стали основою для формування сучасних креативних індустрій. Античні філософи заклали міцний фундамент поняття дозвіллевої діяльності як багатогранного явища, це сприяло розвитку культури більшості європейських країн [19]. Однак сучасне обговорення комерціалізації культури розпочалося з концепту, що мав виражений критичний характер.

Поняття «культурна індустрія» було вперше введено у 1947 році німецькими філософами Максом Хоркхаймером і Теодором Адорно у їхній спільній роботі «Діалектика просвітництва». Ці представники франкфуртської школи використали термін для опису

комерціалізованого культурного виробництва, яке вони вперше спостерігали у Сполучених Штатах Америки. Вони описували культуріндустрію як гомогенну, уніфіковану систему, яка нав'язувала масам стандартизовану, часто низькоякісну продукцію під домінуванням монополій [19].

Д. Гесмондгальг у праці "Культурні індустрії" підкреслює, що термін «культуріндустрія» був популярним інструментом полеміки серед французьких соціологів (Morin, 1962; Huet, 1978; Miede, 1979) та політиків. Вони використовували його для критики обмежених уявлень про сучасну культуру, а згодом перетворили це поняття на множинну форму "культурні індустрії" [12].

Концептуальна зміна відбулася наприкінці ХХ століття. Перехід до поняття «креативні індустрії» ознаменував свідомий відхід від песимістичної критики Франкфуртської школи. Вперше концепція була задокументована в Австралії у 1994 році в рамках культурної політики «Creative Nation». Тут креативність почала розглядатися не як засіб маніпуляції, а як рушійна сила для економічного та соціального розвитку. Це свідчить про глибоку ідеологічну інверсію: механізми масового виробництва, тиражування (наприклад, через медіа, відеоігри) та комерціалізації інтелектуальної власності, які Теодор Адорно критикував як символи панування, у сучасній економічній парадигмі визнаються ключовими засобами створення доданої вартості, робочих місць та експортного потенціалу [5]. Сучасні креативні індустрії фокусуються на комерційній ефективності креативності, використовуючи інтелектуальний капітал як основний актив, що повністю відрізняє їх від критичної культуріндустрії.

Розмежування між культурними індустріями та креативними індустріями є ключовим для цільового формування політики, оскільки воно визначає пріоритет: культурна спадщина чи економічна комерціалізація.

Згідно з методологією ЮНЕСКО, термін культурні індустрії стосується індустрій, які поєднують створення, виробництво та комерціалізацію творчого змісту, який за своєю природою є нематеріальним і культурним [22].

Основною метою культурних індустрій є не лише отримання прибутку, але й захист, заохочення та підтримка культурного розмаїття та ідентичності як найважливіших чинників сталого розвитку [5]. Культурні індустрії формують ядро креативного сектора. До них традиційно відносять ті види діяльності, що зосереджені на чистій творчості та збереженні спадщини, такі як література, виконавські види мистецтва, візуальні мистецтва, музеї, галереї та бібліотеки [7].

Креативні індустрії є ширшим поняттям, що включає культурні індустрії, але розширює сферу діяльності на галузі, де креативність використовується для створення доданої вартості та інновацій у більш комерційно орієнтованому контексті.

Українське законодавство чітко закріплює економічну орієнтацію креативних індустрій. Згідно з Законом України «Про культуру», креативні індустрії визначаються як види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне та/або креативне вираження. Продукти і послуги цих індустрій є результатом індивідуальної творчості [5]. Креативні індустрії включають не лише традиційні мистецтва, але й сфери, де творчий контент застосовується для бізнес-завдань, такі як реклама, архітектура, дизайн та мода [7].

У політиці Європейського Союзу, креативні та культурні індустрії розглядаються як стратегічний ресурс цифрової трансформації та інклюзивного зростання [1]. Ця галузева підтримка, зокрема через програми типу «Креативна Європа», демонструє, що креативні індустрії є ключовим об'єктом інвестицій, що підкреслює їхню економічну функцію.

Модель концентричних кіл, розроблена Девідом Тросбі та розвинута КЕА European Affairs, є найбільш повним та просунутим підходом для структурування креативної

ГАЛУЗЕВИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

економіки [21]. Вона дозволяє декомпозицію та обґрунтування взаємозв'язків між галузями, структурувавши креативний сектор за цінністю продукту, який створюється кожним із компонентів [7]. Згідно з цією моделлю, креативні ідеї зароджуються в середовищі «базових креативних мистецтв» (культурні індустрії) і розсіюються назовні через серію шарів до периферійних креативних галузей (креативні індустрії) (рис. 1).



Рис. 1. Модель концентричних кіл за Д. Тросбі: декомпозиція креативних індустрій
Джерело: побудовано авторами за [7; 21].

Це структурне розмежування має прямі наслідки для державної політики, оскільки дозволяє диференціювати підтримку. Фінансування, спрямоване на кола 1 і 2 (наприклад, підтримка музеїв чи театрів), переважно належить до культурної політики і має на меті збереження ідентичності. Натомість підтримка кола 4 (наприклад, інвестиції в дизайн або архітектуру) належить до економічної політики, орієнтованої на інновації та експортний потенціал. Таким чином, класифікація дозволяє стратегам цілеспрямовано розподіляти ресурси відповідно до пріоритетів: або культурне збереження (культурні індустрії), або економічна експансія (креативні індустрії).

Креативна економіка є найбільш широкою і всеосяжною економічною категорією, що функціонує на макрорівні (національному та глобальному). Вона виступає як глобальна галузь, що швидко розвивається, характеризується динамізмом, здатністю генерувати доходи, створювати робочі місця та сприяти експорту, оскільки її діяльність менше залежить від матеріальних ресурсів [3].

Концепція креативної економіки була офіційно узгоджена на Конференції ООН з торгівлі та розвитку (UNCTAD) у 2008 році. Креативна економіка – це модель розвитку, в основі якої лежить взаємодія між людською творчістю, ідеями, інтелектуальною власністю, знаннями та технологіями. По суті, це економічна діяльність, що ґрунтується на знаннях, і слугує фундаментом для функціонування креативних індустрій. Отже, креативна економіка використовує творчість та інтелект як основні ресурси для створення економічної цінності.

Креативна економіка є більшим сектором, який виходить за межі традиційних мистецьких та культурних галузей. Її концептуальна широта є наслідком свідомого інтеграційного імперативу: креативна економіка об'єднує розрізнені, але взаємопов'язані поняття «інформаційної економіки», «економіки знань» та «інноваційної економіки». Це

свідчить про те, що креативна економіка є не просто сукупністю галузей, а новою мета-парадигмою економічного розвитку, де креативність (здатність до створення нового) виступає центральним каталізатором для всіх знаннєво-орієнтованих процесів. Для формування державної стратегії це означає, що політика підтримки креативної економіки не може бути ізольованою, а повинна бути інтегрована в національні стратегії цифрової трансформації, R&D та освіти.

Функціональна роль креативної економіки полягає в забезпеченні економічного зростання на засадах стійкого розвитку. Креативна економіка сприяє соціалізації бізнесу, оскільки розвиток соціуму вимагає від підприємств переходу до соціальної моделі поведінки [3]. В умовах стрімкого розвитку технологій, включаючи штучний інтелект та робототехніку, креативність залишається унікальною людською здатністю, яка підтримує економічне зростання [15].

Хоча креативна економіка є ширшим поняттям, ніж «креативний сектор» або «креативні індустрії», на практиці багато вчених-економістів вживають ці терміни як взаємозамінні, що підкреслює необхідність встановлення чіткого ієрархічного розмежування. У строгому розумінні, креативна економіка – це сукупність усіх креативних та культурних індустрій, а також усіх супутніх видів економічної діяльності (наприклад, ІТ-послуг, що створюють інфраструктуру для креативного контенту), які разом використовують інтелектуальний капітал як свій основний актив.

Креативний бізнес є найменшою і найбільш оперативною економічною категорією в цій ієрархії, функціонуючи на мікрорівні [3]. Креативний бізнес – це конкретний суб'єкт підприємництва (окрема компанія, мале чи середнє підприємство, стартап або індивідуальний фрилансер), який безпосередньо здійснює діяльність, класифіковану як креативні індустрії.

Креативний бізнес є первинним виробничим середовищем, яке створює культурні, мистецькі, інноваційні продукти та послуги. Його продукти та послуги є результатом індивідуальної творчості, а його успіх тісно пов'язаний із використанням інтелектуального капіталу [5]. Організаційно креативний бізнес історично розвивався у формі малих та середніх підприємств (МСП) і набуває значної вагомості в економічному житті країн [9].

Розглянуті економічні категорії формують чітку ієрархічну структуру, яка простягається від мікрорівня операційної діяльності до макрорівня економічної парадигми (рис. 2).

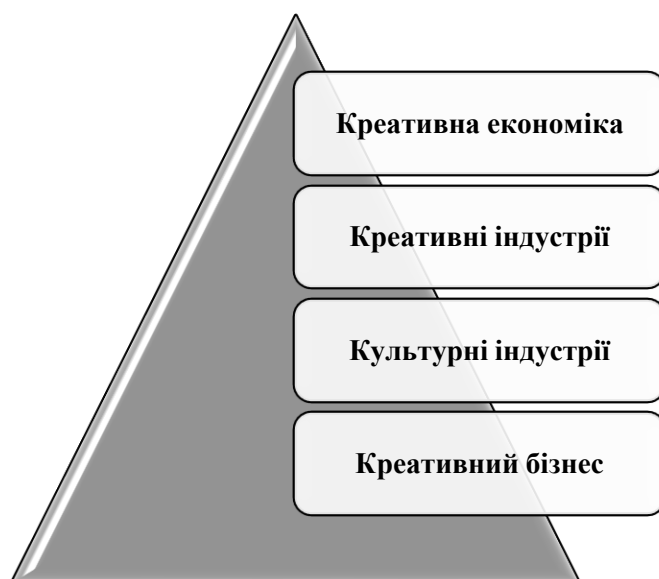


Рис. 2. Ієрархічна структура економічних категорій: креативний бізнес, культурні і креативні індустрії та креативна економіка

Джерело: власна розробка авторів.

1. **Креативна економіка** – вершина ієрархії, що функціонує на макро- чи надгалузевому рівні. Це сукупність усіх видів економічної діяльності, що ґрунтуються на знаннях та інтелектуальному капіталі, об'єднуючи креативні, культурні, інформаційні та інноваційні сектори.

2. **Креативні індустрії** – середній (мезо) рівень, набір галузей, орієнтованих на комерціалізацію інтелектуальної власності та креативного вираження з метою створення доданої вартості та робочих місць.

3. **Культурні індустрії** – підмножина креативних індустрій, що становить їхнє ядро. Вони спеціалізуються на нематеріальному змісті культурної природи, де пріоритет надається збереженню ідентичності.

4. **Креативний бізнес** – основа ієрархії, мікрорівень. Окрема компанія або підприємство, яке є виконавчим інструментом для перетворення інтелектуального капіталу в комерційний продукт у рамках культурних та/або креативних індустрій.

Чітке розмежування категорій можливе через аналіз їхніх функціональних та політичних критеріїв (табл. 1).

Таблиця 1

Порівняльна характеристика категорій: критерії розмежування

Критерій	Категорії			
	креативна економіка	креативні індустрії	культурні індустрії	креативний бізнес
Рівень аналізу	Макро (парадигма)	Мезо (галузевий)	Мезо (галузевий, ядро)	Мікро (операційний)
Основний драйвер	знання, інтелектуальний капітал, інновації	створення доданої вартості та робочих місць	культурна/ нематеріальна цінність, спадщина	прибуток, комерціалізація продукту
Сфера охоплення	Весь спектр знань економіки, включаючи суміжні сектори	Галузі, визначені інтелектуальною власністю та творчістю (4 кола Тросбі)	Обмежено традиційними мистецтвами та культурним контентом	Конкретні МСП, кластери
Юридична / політична мета	Стратегічний розвиток країни, гармонізація з глобальними трендами	Статистичний облік, цільове фінансування, регулювання зайнятості	Збереження ідентичності та культурного розмаїття	Інвестиції, регуляторна гнучкість

Джерело: власна розробка авторів.

Висновки і пропозиції. Аналіз підтверджує чітку ієрархію економічних категорій: креативна економіка як всеохопна парадигма, креативні індустрії як галузевий сектор, культурні індустрії як ядро креативних індустрій з фокусом на нематеріальній цінності та креативний бізнес як операційна одиниця.

Ключове економічне розмежування полягає у визначенні сутності: культурні індустрії визначаються культурною сутністю продукту (збереження спадщини), тоді як креативні індустрії визначаються методом створення доданої вартості через комерціалізацію креативності та інтелектуальної власності. Креативний бізнес є виконавчим інструментом, який перетворює інтелектуальний капітал (креативна економіка) у комерційний продукт (культурні та креативні індустрії).

Тема дослідження буде цікава широкому колу суб'єктів, яким потрібне чітке розмежування цих понять для ефективного управління, планування та аналізу. Крім того, дослідження є важливим для наведення порядку в термінології, що дозволяє: уникнути плутанини між окремими бізнесами, індустріями та економікою в цілому; сформувати єдиний підхід до оцінки креативного сектору на національному та міжнародному рівнях; підвищити ефективність політики підтримки, спрямовуючи ресурси точно на цільові групи.

Список використаних джерел

1. Березюк-Рибак І. Р. Роль креативних індустрій у контексті інноваційного розвитку України / І. Р. Березюк-Рибак, Н. В. Ільченко, І. В. Ганжала // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. – 2023. – Вип. 68. – С. 102-111.
2. Давимука С. А. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : [монографія] / С. А. Давимука, Л. І. Федулова. ДУ “Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України”. – Львів, 2017. – 528 с.
3. Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток : монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Л. Л. Калініченко. – Харків : ФОП Панов А. М., 2018. – 316 с.
4. Євтушенко О.В. Можливості післявоєнного відновлення економіки за допомогою креативних індустрій / О.В. Євтушенко, Д.Д. Арсенкіна // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. – 2022. – № 16. – С. 64-73.
5. Засади функціонування креативних індустрій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mcsc.gov.ua/news/zasady-funkcionuvannya-kreatyvnyh-industrij>.
6. Карінцева О. І. Розвиток креативної економіки як провідний напрям цифрових трансформацій: досвід Європи та практика України / О. І. Карінцева, С. М. Литвиненко, М. О. Харченко, Ж. І. Хіжазі, А. В. Дейнека, М. В. Чортюк // Підприємництво і торгівля. - 2023. - Вип. 37. - С. 27-40.
7. Копійка Д. В. Моделі креативної економіки / Д. В. Копійка // Ринок цінних паперів. – 2017. – № 9-10. – С. 59-64.
8. Копійка Д. В. Структурна динаміка креативного сектору глобальної економіки / Д. В. Копійка // Стратегія розвитку України. – Вип. 2. – 2018. – С. 95-101.
9. Кузнецова Н. Б. Концептуальні основи формування та розвитку креативних кластерів [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://csbc.edu.ua/biblio/documents/163.pdf>.
10. Мартинович М. Сучасні тренди розвитку креативних індустрій та їх вплив на національну економіку [Електронний ресурс] / М. Мартинович, С. Плуталов // Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. – 2022. – №3. – Режим доступу: <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2022-3-03-08>.
11. Мерзвинська А. М. Дослідження суті креативної економіки та тенденцій і проблем її розвитку в сучасних умовах / А. М. Мерзвинська // Проблеми системного підходу в економіці. – 2016. – Вип. 1(55). – С. 125–129.
12. Олійник О. Феномен «культурні індустрії»: походження та соціокультурний зміст / О. Олійник // Культурологічна думка. – 2009. – № 1. – С. 67-73.
13. Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій: розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 квітня 2019 р. № 265-р [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text>.
14. Самійленко Г. М. Креативна економіка: теоретичні засади та особливості її функціонування в умовах становлення нової економіки / Г. М. Самійленко // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2021. – № 2(22). – С. 31–42.
15. Свищук І. Сучасні тренди розвитку креативних індустрій в Україні / І. Свищук // Сталий розвиток економіки. – 2025. – № 1 (52). – С. 150-157.
16. Сотнікова Ю. В. Креативна економіка в Україні: реальність чи перспектива? / Ю. В. Сотнікова // Інфраструктура ринку. – 2017. – Вип. 3. – С. 123–127.
17. Ушкаренко Ю. В. Креативна економіка: сутність поняття та значення для України в умовах європейської інтеграції / Ю. В. Ушкаренко, А. В. Чмут, К. М. Синякова // Економіка і суспільство. – 2018. – Вип. 18. – С. 67–72.
18. Федорів С. Політика Європейського Союзу у сфері креативних індустрій: виклики публічного управління та перспективи для України [Електронний ресурс] / С. Федорів, О. Познякова // Державне управління та політика. – № 5. – 2025. – Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/392117832_POLITIKA_EVROPEJSKOGO_SOUZU_U_SFERI_KREATIVNIH_INDUSTRIJ_VIKLIKI_PUBLICNOGO_UPRAVLINNA_TA_PERSPEKTIVI_DLA_UKRAINEUROPEAN_UNION_POLICY_ON_CREATIVE_INDUSTRIES_PUBLIC_ADMINISTRATION_CHALLENGES_AND_PROSP.

19. Шумейко Л. М. Культурні та креативні індустрії : історія та сучасність / Л. Шумейко // Міжнародний науковий журнал «Грааль науки». – 2021. – № 8. – С. 456–460.
20. Чорна Н. Креативні індустрії та їх роль у розвиток культурно – пізнавального туризму / Н. Чорна // Економіка та суспільство. – 2023. – № 48. – С. 52 -61.
21. Throsby D. The concentric circles model of the cultural industries / D.Throsby // Cultural Trends. – 2008. – № 17:3. – 147-164.
22. Understanding Creative Industries. Americans for the Arts [Electronic resource] – Mode of access: https://www.americansforthearts.org/sites/default/files/pdf/2015/international/UNESCO_Understanding_Creative_Industries.pdf.

References

1. Bereziuk-Rybak, I. R., Ilchenko, N. V. & Hanzhala, I. V. (2023) Rol kreatyvnykh industrii u konteksti innovatsiinoho rozvytku Ukrainy [The role of creative industries in the context of Ukraine's innovative development]. *Zbirnyk naukovykh prats Cherkaskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. Seriiia : Ekonomichni nauky – Collection of scientific works of Cherkasy State Technological University. Series: Economic Sciences*, 68, 102-111.
2. Davymuka, S. A. & Fedulova, L. I. (2017) *Kreatyvnyi sektor ekonomiky: dosvid ta napriamy rozbudovy [The creative sector of the economy: experience and directions for development]*. M. I. Dolishniy Institute of Regional Studies of the National Academy of Sciences of Ukraine.
3. Kalinichenko, L. L. (2018) *Yevropeiskyi vektor modernizatsii ekonomiky: kreatyvnist, prozorist ta stalyy rozvytok [The European vector of economic modernization: creativity, transparency, and sustainable development]*. Individual entrepreneur Panov A. M.
4. Yevtushenko, O.V. & Arsenkina, D.D. (2022) *Mozhlyvosti pisliavoiennoho vidnovlennia ekonomiky za dopomohoiu kreatyvnykh industrii [Opportunities for post-war economic recovery through creative industries]*. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Seriiia: Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turyzm – Bulletin of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, 16, 64-73.
5. *Zasady funktsionuvannia kreatyvnykh industrii [Fundamentals of creative industries]*. (n.d.). <https://mcsc.gov.ua/news/zasady-funkczionuvannya-kreatyvnyh-industrij>.
6. Karitseva, O. I., Lytvynenko, S. M., Kharchenko, M. O., Khizhazi, Zh. I., Deineka, A. V. & Chortok, M. V. (2023) *Rozvytok kreatyvnoi ekonomiky yak providnyi napriam tsyfrovyykh transformatsii: dosvid Yevropy ta praktyka Ukrainy [The development of the creative economy as a leading direction of digital transformation: the experience of Europe and the practice of Ukraine]*. *Pidpriiemnytstvo i torhivlia – Entrepreneurship and trade*, 37, 27-40.
7. Kapiika, D. V. (2017) *Modeli kreatyvnoi ekonomiky [Models of the creative economy]*. *Rynok tsinnykh papieriv – Securities Market*, 9-10, 59-64.
8. Kapiika, D. V. (2018) *Strukturna dynamika kreatyvnoho sektoru hlobalnoi ekonomiky [Structural dynamics of the creative sector of the global economy]*. *Stratehiia rozvytku Ukrainy – Development Strategy of Ukraine*, 2, 95-101.
9. Kuznetsova, N. B. (2018) *Kontseptualni osnovy formuvannia ta rozvytku kreatyvnykh klasteriv [Conceptual foundations for the formation and development of creative clusters]*. <http://csbc.edu.ua/biblio/documents/163.pdf>.
10. Martynovych, M. & Plutalov, C. (2022) *Suchasni trendy rozvytku kreatyvnykh industrii ta yikh vplyv na natsionalnu ekonomiku [Current trends in the development of creative industries and their impact on the national economy]*. *Problemy suchasnykh transformatsii. Seriiia: ekonomika ta upravlinnia – Problems of modern transformations. Series: Economics and Management*, 3. <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2022-3-03-08>
11. Merzhvynska, A. M. (2016) *Doslidzhennia suti kreatyvnoi ekonomiky ta tendentsii i problem yii rozvytku v suchasnykh umovakh [Research into the essence of the creative economy and trends and problems in its development in modern conditions]*. *Problemy systemnoho pidkhodu v ekonomitsi – Problems of the systematic approach in economics*, 1(55), 125–129.
12. Oliinyk, O. (2009) *Fenomen «kulturni industrii»: pokhodzhennia ta sotsiokulturnyi zmist [The phenomenon of “cultural industries”: origins and sociocultural content]*. *Kulturolohichna dumka – Cultural Studies*, 1, 67-73.

13. *Pro zatverdzhennia vydiv ekonomichnoi diialnosti, yaki nalezhat do kreatyvnykh industrii [On approval of types of economic activities belonging to creative industries]. Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine № 265-r (April 24, 2019).* <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text>.
14. Samiilenko, H. M. (2021) Kreatyvna ekonomika: teoretychni zasady ta osoblyvosti yii funktsionuvannia v umovakh stanovlennia novoi ekonomiky [Creative economy: theoretical foundations and peculiarities of its functioning in the context of the emerging new economy]. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia. – Problems and prospects of economics and management*, 2(22), 31–42.
15. Svyshchuk, I. (2025) Suchasni trendy rozvytku kreatyvnykh industrii v Ukraini [Current trends in the development of creative industries in Ukraine]. *Stalyi rozvytok ekonomiky – Sustainable economic development*, 1 (52), 150–157.
16. Sotnikova, Yu. V. (2017) Kreatyvna ekonomika v Ukraini: realnist chy perspektyva? [Creative economy in Ukraine: reality or prospect?]. *Infrastruktura rynku. – Market Infrastructure*, 3, 123–127.
17. Ushkarenko, Yu. V., Chmut, A. V. & Syniakova, K. M. (2018) Kreatyvna ekonomika: sutnist poniattia ta znachennia dlia Ukrainy v umovakh yevropeiskoi intehtatsii [Creative economy: essence of the concept and significance for Ukraine in the context of European integration]. *Ekonomika i suspilstvo – Economy and society*, 18, 67–72.
18. Fedoriv, S. & Pozniakova, O. (2025) Polityka Yevropeiskoho Soiuzu u sferi kreatyvnykh industrii: vyklyky publichnoho upravlinnia ta perspektyvy dlia Ukrainy [European Union policy in the creative industries: challenges for public administration and prospects for Ukraine]. *Derzhavne upravlinnia ta polityka – Public Administration and Policy*, 5. https://www.researchgate.net/publication/392117832_POLITYKA_EVROPEJSKOGO_SOUZU_U_SFERI_KREATIVNIH_INDUSTRIJ_VIKLIKI_PUBLICNOGO_UPRAVLINNA_TA_PERSPEKTIVI_DLA_UKRAINIEUROPEAN_UNION_POLICY_ON_CREATIVE_INDUSTRIES_PUBLIC_ADMINISTRATION_CHALLENGES_AND_PROSP.
19. Shumeiko, L. M. (2021) Kulturni ta kreatyvni industrii : istoriia ta suchasnist [Cultural and creative industries: history and modernity]. *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «Hraal nauky» – Grail of Science*, 8, 456–460.
20. Chorna, N. (2023) Kreatyvni industrii ta yikh rol u rozvytok kulturno – piznavalnoho turyzmu [Creative industries and their role in the development of cultural and cognitive tourism]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and Society*, 48, 52 –61.
21. Throsby D. (2008) The concentric circles model of the cultural industries. *Cultural Trends*, (17:3), 147–164.
22. Understanding Creative Industries. Americans for the Arts. https://www.americansforthearts.org/sites/default/files/pdf/2015/international/UNESCO_Understanding_Creative_Industries.pdf.

Отримано 14.11.2025

UDC 658.6:339.3

Larysa Mekh

PhD in Economics, Associate Professor of Department of Economics and Management
T. H. Shevchenko National University «Chernihiv Colehium» (Chernihiv, Ukraine)
E-mail: mehlarisa@gmail.com. **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-4418-7036>

Maryna Kondrashova

PhD in Public Administration, Associate Professor of Department of Economics and Management
T. H. Shevchenko National University «Chernihiv Colehium» (Chernihiv, Ukraine)
E-mail: kondrashova1210@ukr.net. **ORCID:** <https://orcid.org/0009-0003-0206-6185>

Ihor Koval

PhD in Political Sciences, Associate Professor of Department of Economics and Management

T. H. Shevchenko National University «Chernihiv Colehium» (Chernihiv, Ukraine)

E-mail: Kovalvf@gmail.com. **ORCID:** <https://orcid.org/0009-0006-9903-9977>**CATEGORICAL SPACE OF CREATIVE SECTOR RESEARCH**

The article provides a comprehensive theoretical and methodological analysis of the demarcation between key economic categories of the modern knowledge economy — creative business, cultural industries, creative industries, and the creative economy. The relevance of the study is determined by the need to unify the terminology used in domestic and international academic discourse, as well as to develop a clear hierarchical model for the effective management of the creative sector.

Cultural industries are defined as the core of the creative sector, focused on preserving intangible cultural heritage, authenticity, and social value. Creative industries, in turn, are interpreted as an industrial cluster that employs creativity and intellectual property for commercialization and economic gain. Creative business is defined as a micro-level operational unit that directly sells the products and services of creative industries, transforming intellectual capital into a marketable form. At the highest level of the hierarchy is the creative economy — a systemic macro-category that integrates the cultural, informational, innovation, and digital sectors into a single meta-paradigm of development based on knowledge, technology, and human capital.

It is emphasized that the development of the creative economy is not only an instrument of economic growth but also a factor of social cohesion, territorial branding, and post-war recovery. The creative economy is viewed as a comprehensive paradigm of post-industrial development, within which creative industries form a structural sector; cultural industries serve as its ideological core, and creative business functions as the operational mechanism of implementation. This systemic structure helps eliminate terminological ambiguity, create an integrated model for managing the creative sector, and lay the foundation for Ukraine's integration into global knowledge-based and creative processes.

Keywords: creative business, creative economy, cultural industries, creative industries, concentric circles model, knowledge, intellectual capital, innovation.

Fig.: 2. Table: 1. References: 22.