

Т. М. Качала,
д. е. н., професор, професор кафедри економіки бізнесу,
ВНЗ Міжрегіональна Академія управління персоналом
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6885-792X>

DOI: 10.32702/2306-6814.2026.8.33

КРЕАТИВНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В СИСТЕМІ МІЖНАРОДНИХ ЛАНЦЮГІВ ВАРТОСТІ: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ

T. Kachala,
Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department
of Business Economics, University Interregional Academy of Personnel Management

CREATIVE ENTREPRENEURSHIP IN THE SYSTEM OF INTERNATIONAL VALUE CHAINS:
A EUROPEAN VECTOR OF DEVELOPMENT

У статті досліджено особливості розвитку креативного підприємництва в системі міжнародних ланцюгів вартості та обґрунтовано роль європейського вектора у забезпеченні інноваційного розвитку економіки. Визначено сутність креативного бізнесу як важливого чинника формування доданої вартості, що базується на інтелектуальному капіталі, інноваціях та цифрових технологіях. Проаналізовано сучасні тенденції розвитку креативних індустрій у Європейському Союзі та їх значення у глобальних економічних процесах. Узагальнено статистичні дані щодо внеску креативного сектору у ВВП, зайнятість та структуру доданої вартості в ЄС. Досліджено потенціал України щодо інтеграції до міжнародних ланцюгів вартості, визначено ключові проблеми та бар'єри розвитку креативного підприємництва. Запропоновано комплекс заходів, спрямованих на активізацію інноваційної діяльності, розвиток експортного потенціалу, удосконалення інституційного середовища та гармонізацію з європейськими стандартами. Доведено, що реалізація запропонованих заходів сприятиме підвищенню конкурентоспроможності національної економіки та її інтеграції у глобальний економічний простір.

The article examines the peculiarities of the development of creative entrepreneurship within the system of international value chains and substantiates the role of the European vector in ensuring innovative economic growth. It is emphasized that in the context of globalization and digital transformation, creative industries are becoming key participants in global economic processes, generating a significant share of value added at the stages of idea development, design, marketing, and branding. The study analyzes current trends in the development of the European creative sector, highlighting its leading position in the global creative economy. Based on statistical data from Eurostat and the European Commission, the contribution of cultural and creative sectors to GDP, employment, and export activity in the European Union is examined. It is determined that the high level of digitalization, institutional support, and innovation orientation ensures the competitiveness of European creative industries and their effective integration into global value chains. Special attention is paid to assessing the potential of Ukraine in integrating into international value chains in the field

of creative industries. The main challenges hindering this process are identified, including insufficient institutional support, high tax burden, limited access to international markets, weak protection of intellectual property rights, and an underdeveloped investment environment. At the same time, the study highlights the significant potential of the Ukrainian creative sector, particularly in IT services, digital content, and freelance economy. The article proposes a set of strategic measures aimed at enhancing the integration of creative entrepreneurship into international value chains. These include improving the regulatory and legal framework, stimulating innovation and startup development, strengthening export capacity, creating a favorable investment climate, enhancing intellectual property protection, and expanding international cooperation within European programs. It is argued that the implementation of these measures will contribute to increasing innovation activity, strengthening the competitiveness of creative enterprises, and ensuring the integration of Ukraine into the global economic space.

Ключові слова: креативні індустрії; креативне підприємництво; креативний бізнес; міжнародні ланцюги вартості; глобальні ланцюги доданої вартості; європейський креативний сектор.

Key words: creative industries; creative entrepreneurship; creative business; international value chains; global value chains; European creative sector.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

У сучасних умовах глобалізації та цифрової трансформації світової економіки особливого значення набуває розвиток креативного підприємництва як одного з ключових драйверів інноваційного зростання. Креативні індустрії формують нову економічну парадигму, де основним ресурсом виступають знання, творчість та інтелектуальний капітал. Водночас ефективне функціонування креативного бізнесу значною мірою залежить від його інтеграції до міжнародних ланцюгів вартості, що забезпечують доступ до глобальних ринків, ресурсів і технологій.

Європейський креативний сектор є одним із найбільш розвинених у світі та демонструє ефективні механізми інтеграції креативного підприємництва у глобальні економічні процеси. Для України, яка перебуває на етапі активної євроінтеграції, особливо актуальним є дослідження європейського досвіду та визначення перспектив включення національного креативного бізнесу до міжнародних ланцюгів доданої вартості.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Проблематика креативного підприємництва, креативних індустрій та їх інтеграції до міжнародних ланцюгів вартості останніми роками привертає дедалі більшу увагу українських науковців. У сучасних дослідженнях простежуються кілька основних напрямів: теоретичне осмислення сутності креативної економіки, аналіз її інноваційної природи, дослідження експортного потенціалу креативного сектору, а також вивчення механізмів інтеграції України до глобальних ланцюгів створення вартості.

Важливий внесок у дослідження креативної економіки зробили І.С. Каленюк та Н.Б. Кузнецова [1], які у праці "Креативна економіка у світовому інноваційному процесі" обґрунтували місце креативної економіки в інноваційному розвитку та довели тісний зв'язок між креативними індустріями, культурною взаємодією та поширенням інновацій на мікро-, мезо- і макrorівнях. Їхній підхід є важливим для розуміння того, що креативний сектор слід розглядати не лише як культурне явище, а і як вагомий економічний чинник формування нової моделі зростання.

Суттєве значення для української наукової думки має праця І. М. Кукси та Т.О. Петухової "Креативна економіка як елемент інноваційної та стійкої стратегії розвитку України" [2]. Дослідниці розглядають креативну економіку як складову інноваційної та стійкої моделі національного розвитку, акцентуючи увагу на її ролі у підвищенні конкурентоспроможності держави, структурній модернізації економіки та формуванні нових ринкових ніш. Ця праця заклала важливе теоретичне підґрунтя для подальших досліджень креативного підприємництва в Україні.

Питання розвитку креативних індустрій в умовах глобалізації детально досліджувала А.В. Холодницька у статті "Актуальні тенденції розвитку креативних індустрій в Україні в умовах глобалізації" [3]. Авторка проаналізувала експортний потенціал вітчизняного креативного сектору, визначила роль креативних товарів і послуг у нарощуванні присутності України на світовому ринку та окреслила практичні напрями реалізації експортної стратегії у цій сфері. Це дослідження є важливим саме для обґрунтування зовнішньоекономічного виміру креативного бізнесу.

У новіших дослідженнях акцент зміщується у бік аналізу міжнародної інтеграції та зовнішньоторговельної динаміки. Зокрема, І. Свищук у статті "Сучасні трен-

ди розвитку креативних індустрій в Україні" [4] досліджує розвиток креативних індустрій у контексті глобальних економічних трансформацій, аналізує експорт та імпорт креативних товарів і послуг, а також визначає перспективи інтеграції України до міжнародного ринку креативних індустрій через цифровізацію, інституційні реформи та стимулювання інвестицій. Це дослідження є особливо актуальним для сучасного етапу, оскільки безпосередньо пов'язує креативні індустрії з глобальними ринками та конкурентоспроможністю.

Окремий напрям формують праці, присвячені глобальним ланцюгам створення вартості. Так, В. Яновська та В. Гурочкіна у статті "Україна у глобальних ланцюгах створення вартості: виклики та перспективи економічного розвитку" [5] узагальнюють теоретичні підходи до глобальних ланцюгів створення вартості та підкреслюють необхідність переходу України від низькокоданих виробничих сегментів до високотехнологічного й інтелектуально насиченого функціонального оновлення. Для теми креативного підприємництва ця праця важлива тим, що дає методологічну основу для осмислення місця творчих та інноваційних видів діяльності в міжнародних ланцюгах вартості.

Варто також відзначити праці С.Д. Щеглюк [6], у яких досліджено просторові форми організації креативної індустрії в Україні, зокрема креативні кластери та інші моделі локалізації креативного потенціалу. Хоча ці роботи більшою мірою зосереджені на регіональному вимірі, вони є важливими для розуміння інфраструктурної бази розвитку креативного підприємництва та його подальшої інтеграції до ширших міжрегіональних і міжнародних мереж вартості.

Отже, наявні наукові праці українських дослідників формують вагомий теоретико-методологічний фундамент для аналізу креативного підприємництва. Водночас у сучасній літературі ще недостатньо розкритими залишаються питання саме включення креативного бізнесу України до міжнародних ланцюгів вартості, участі у європейських креативних екосистемах, а також механізмів функціонального переходу від локального творчого продукту до глобально конкурентоспроможного креативного товару чи послуги. Саме це зумовлює необхідність подальших досліджень у зазначеному напрямі.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою статті є дослідження особливостей розвитку креативного підприємництва у системі міжнародних ланцюгів вартості та обґрунтування ролі європейського вектора у забезпеченні інноваційного розвитку економіки.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Креативне підприємництво є важливою складовою сучасної економіки, що базується на створенні та комерціалізації інтелектуального продукту. Воно охоплює діяльність у сферах дизайну, медіа, реклами, інформаційних технологій, культури та інших галузях, де основною цінністю є творчий підхід і новаторство. На відміну від традиційного бізнесу, креативне підприємництво орієнтується на нематеріальні активи, такі як інтелектуальна власність, бренд та культурний капітал [7].

Однією з ключових характеристик сучасної економіки є формування міжнародних ланцюгів вартості, у межах яких різні етапи створення продукту — від ідеї до реалізації — розподіляються між країнами. У таких ланцюгах креативні індустрії займають стратегічно важливі позиції, оскільки забезпечують створення найбільшої доданої вартості на етапах розробки концепції, дизайну, маркетингу та просування продукту [8].

Інтеграція креативного підприємництва до міжнародних ланцюгів вартості сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємств, розширенню ринків збуту та доступу до сучасних технологій. Вона також стимулює розвиток інновацій, оскільки підприємства отримують можливість співпрацювати з міжнародними партнерами, обмінюватися знаннями та впроваджувати нові бізнес-моделі.

Європейський креативний сектор є прикладом успішної інтеграції креативного бізнесу у глобальні економічні процеси. Країни Європейського Союзу активно підтримують розвиток креативних індустрій через державні програми, фінансові інструменти та сприятливе регуляторне середовище. Значну роль відіграють такі ініціативи, як підтримка стартапів, розвиток кластерів, стимулювання експорту креативних послуг та захист інтелектуальної власності.

За даними Європейської Комісії та Eurostat, креативні індустрії (Cultural and Creative Sectors — CCS) відіграють суттєву роль у формуванні економічної доданої вартості Європейського Союзу. Вони забезпечують близько 4,4% ВВП ЄС та генерують понад 7,6 млн робочих місць, що становить приблизно 3,8% загальної зайнятості (табл. 1) [9—10].

Особливістю креативного сектору є його висока стійкість до кризових явищ та здатність до швидкої адаптації через цифровізацію. Після пандемії COVID-19 та в умовах геополітичної нестабільності креативні індустрії демонструють активне відновлення, зокрема за рахунок розвитку цифрового контенту, онлайн-платформ та креативних послуг.

Аналіз структури креативного сектору ЄС свідчить про домінування таких напрямів, як ІТ та цифровий контент, реклама, дизайн, аудіовізуальна продукція та ви-

Таблиця 1. Основні показники розвитку креативних індустрій у ЄС

Показник	Значення
Частка у ВВП ЄС	4,4 %
Кількість зайнятих	понад 7,6 млн осіб
Частка зайнятості	3,8 %
Частка експорту послуг	близько 30 % креативних послуг орієнтовані на експорт
Частка МСП	понад 90 % підприємств

Джерело: узагальнено за [9—10].

Таблиця 2. Основні показники розвитку креативних індустрій у ЄС

Сектор	Частка у доданій вартості
ІТ та цифровий контент	25–30 %
Реклама та маркетинг	15–20 %
Аудіовізуальна індустрія	15 %
Дизайн та архітектура	10–12 %
Видавнича діяльність	8–10 %
Інші (музика, мистецтво)	10–15 %

Джерело: узагальнено за [9–10].

давнича діяльність (табл. 2). Найбільшу частку доданої вартості формують галузі, пов'язані з цифровими технологіями, що підтверджує зростання ролі цифровізації у розвитку креативного підприємництва.

Особливістю європейського підходу є комплексна підтримка креативного підприємництва, що включає не лише фінансову допомогу, а й розвиток інфраструктури, освітніх програм та міжнародного співробітництва. Це сприяє формуванню конкурентоспроможного креативного сектору, здатного ефективно функціонувати у міжнародних ланцюгах вартості.

Для України інтеграція до європейського креативного простору відкриває значні можливості для розвитку національного бізнесу. Участь у міжнародних програмах, розширення експортного потенціалу та залучення інвестицій сприяють підвищенню конкурентоспроможності українських підприємств. Водночас існують певні виклики, серед яких недостатній рівень фінансування, обмежений доступ до глобальних ринків, недосконалість правового регулювання та слабкий захист інтелектуальної власності.

Важливим напрямом розвитку креативного підприємництва в Україні є впровадження інноваційних технологій та цифровізація бізнес-процесів. Це дозволяє підвищити ефективність діяльності підприємств, зменшити витрати та розширити можливості для виходу на міжнародні ринки. Крім того, необхідним є розвиток людського капіталу, що передбачає підготовку фахівців із креативним мисленням та підприємницькими навичками [11].

Україна має значний потенціал інтеграції до європейських ланцюгів вартості у сфері креативних індустрій. За оцінками аналітичних досліджень:

— частка креативних індустрій в економіці України становить близько 3–4 % ВВП;

— ІТ-сектор формує понад 40 % експорту креативних послуг;

— спостерігається активне зростання фриланс-економіки та цифрового підприємництва.

Однак рівень інтеграції до міжнародних ланцюгів вартості залишається нижчим порівняно з країнами ЄС, що зумовлено інституційними та економічними обмеженнями (табл. 3).

Таблиця 3. Основні показники розвитку креативних індустрій у ЄС

Показник	ЄС	Україна
Частка у ВВП	4,4 %	3–4 %
Частка зайнятості	3,8 %	близько 3 %
Рівень інтеграції у GVC	Високий	Середній
Державна підтримка	Системна	Обмежена
Рівень цифровізації	Високий	Середній–високий

Джерело: узагальнено автором.

З метою активізації інтеграції креативного бізнесу до міжнародних ланцюгів вартості необхідно реалізувати комплекс взаємопов'язаних заходів, які охоплюють інституційний, інноваційний та міжнародний виміри розвитку. Передусім важливим є удосконалення нормативно-правової бази у сфері креативних індустрій, що передбачає гармонізацію національного законодавства з європейськими стандартами, спрощення регуляторних процедур та створення прозорих умов ведення бізнесу. Це дозволить підвищити довіру інвесторів і сприятиме формуванню стабільного середовища для розвитку креативного підприємництва.

Не менш значущим є стимулювання інноваційної діяльності та підтримка стартапів, які виступають основним джерелом нових ідей та технологій у креативній економіці. Запровадження фінансових інструментів підтримки, таких як гранти, податкові пільги та венчурне фінансування, сприятиме розвитку підприємницької ініціативи та підвищенню конкурентоспроможності національного бізнесу на міжнародному рівні [12]. Важливим напрямом є розвиток експортного потенціалу креативних продуктів і послуг, що дозволить українським підприємствам інтегруватися до глобальних ринків та розширити географію своєї діяльності. Це потребує активізації державної підтримки експорту, просування національних брендів, участі у міжнародних виставках і платформах, а також використання цифрових каналів збуту.

Поряд із цим необхідно забезпечити формування сприятливого інвестиційного клімату, який передбачає мінімізацію ризиків для інвесторів, розвиток фінансової інфраструктури та створення ефективних механізмів державно-приватного партнерства. Це сприятиме залученню як внутрішніх, так і зовнішніх інвестицій у розвиток креативного сектору. Особливої уваги потребує посилення захисту прав інтелектуальної власності, оскільки саме інтелектуальний продукт є основою креативного бізнесу. Забезпечення ефективних механізмів правового захисту, боротьба з піратством та підвищення рівня правової культури сприятимуть зростанню довіри до українського ринку з боку міжнародних партнерів. Нарешті, важливим чинником є розширення міжнародної співпраці та активна участь у європейських програмах, що відкриває доступ до фінансування, знань і нових ринків. Інтеграція до європейського креативного простору сприятиме обміну досвідом, підвищенню кваліфікації фахівців та зміцненню позицій українського креативного бізнесу у глобальних ланцюгах вартості.

Реалізація зазначених заходів дозволить сформувати ефективну систему підтримки креативного підприємництва та забезпечити його повноцінну інтеграцію до міжнародних економічних процесів.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Креативне підприємництво відіграє важливу роль у формуванні міжнародних ланцюгів вартості та забезпеченні інноваційного розвитку економіки. Його інтеграція до глобальних економічних процесів сприяє

підвищенню конкурентоспроможності підприємств, розширенню ринків збуту та залученню інвестицій. Європейський досвід розвитку креативних індустрій демонструє ефективність комплексного підходу до підтримки креативного бізнесу, що поєднує державну політику, інновації та міжнародну співпрацю. Для України важливим є використання цього досвіду з урахуванням національних особливостей та сучасних викликів.

Подальший розвиток креативного підприємництва в Україні потребує активної державної підтримки, вдосконалення інституційного середовища та інтеграції до європейського креативного простору. Це створить передумови для сталого економічного зростання та зміцнення позицій країни у глобальній економіці.

Література:

1. Каленюк І.С., Кузнецова Н.Б. Креативна економіка у світовому інноваційному процесі. Міжнародна економічна політика. 2022. № 1 (36). С. 101—123.
2. Куksa І.М., Петухова Т.О. Креативна економіка як елемент інноваційної та стійкої стратегії розвитку України. Ефективна економіка. 2018. № 2. С. 48—52.
3. Холодницька А.В. Актуальні тенденції розвитку креативних індустрій в Україні в умовах глобалізації. Економіка і суспільство. 2018. Вип. 14. С. 151—157. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/14_ukr/19.pdf (дата звернення 01.03.2026).
4. Свищук І.Л. Сучасні тренди розвитку креативних індустрій в Україні. Сталий розвиток економіки. 2025. № 1 (52). С. 150—157.
5. Яновська В., Гурочкіна В. Україна у глобальних ланцюгах створення вартості: виклики та перспективи економічного розвитку. Економіка та суспільство. 2024. № 65. DOI: 10.32782/2524-0072/2024-65-108.
6. Щеглюк С.Д. Особливості розвитку креативної індустрії України: перспективні форми просторової організації. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2017. Вип. 6 (128). С. 143—150.
7. Безугла Л., Лазакович І. Креативні індустрії та креативна економіка: досвід України в умовах війни. Економіка та суспільство. 2024. № 63. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-30>
8. Янковський А.М. Сутність та характеристики глобальних ланцюгів вартості: теоретичний аспект. Вчені записки: збірник наукових праць КНЕУ ім. Вадима Гетьмана. 2024. Вип. 36. С. 217—225.
9. Eurostat. Cultural statistics and creative economy indicators. Luxembourg: Publications Office of the European Union. 2023. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat> (дата звернення 06.03.2026).
10. European Commission. Creative Europe Programme and Cultural and Creative Sectors Report. Brussels: European Commission. 2022. URL: <https://culture.ec.europa.eu> (accessed: 06.03.2026).
11. Осадча О.О., Неделько Д.В. Сприяння розвитку креативних індустрій в Україні: аналіз існуючих фіскальних механізмів підтримки. Цифрова економіка та економічна безпека. 2025. № 1 (16). DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.16-19>
12. Ханін С. Інноваційна спроможність регіональних економічних систем в умовах становлення креативної

економіки: сучасні виклики для України. Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences. 2025. Вип. 338 (1). С. 441—445. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-338-64>

References:

1. Kalenyuk, I.S., and Kuznetsova, N.B. (2022), "Creative economy in the world innovation process", International Economic Policy, vol. 1 (36), pp. 101—123.
2. Kuksa, I.M., and Petukhova, T.O. (2018), "Creative economy as an element of innovative and sustainable development strategy of Ukraine", Effective economy, vol. 2, pp. 48—52.
3. Kholodnytska, A.V. (2018), "Current trends in the development of creative industries in Ukraine in the context of globalization", Economy and society, vol. 14, pp. 151—157, available at: https://economyandsociety.in.ua/journals/14_ukr/19.pdf (accessed: 01.03.2026).
4. Svishchuk, I.L. (2025), "Modern trends in the development of creative industries in Ukraine", Sustainable development of the economy, vol. 1 (52), pp. 150—157.
5. Yanovska, V., and Gurochkina, V. (2024), "Ukraine in global value chains: challenges and prospects for economic development", Economy and Society, vol. 65. DOI: 10.32782/2524-0072/2024-65-108.
6. Shcheglyuk, S.D. (2017), "Peculiarities of the development of the creative industry of Ukraine: promising forms of spatial organization", Socio-economic problems of the modern period of Ukraine, vol. 6 (128), pp. 143—150.
7. Bezugla, L., and Lazakovich, I. (2024), "Creative industries and creative economy: Ukraine's experience in wartime", Economy and Society, vol. 63. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-30>
8. Yankovsky, A.M. (2024), "The essence and characteristics of global value chains: theoretical aspect", Scientific notes: collection of scientific works of the Vadym Hetman Kyiv National University of Economics, vol. 36, pp. 217—225.
9. Eurostat (2023), Cultural statistics and creative economy indicators, Publications Office of the European Union, Luxembourg, available at: <https://ec.europa.eu/eurostat> (accessed: 06.03.2026).
10. European Commission (2022), Creative Europe Programme and Cultural and Creative Sectors Report. Brussels: European Commission, available at: <https://culture.ec.europa.eu> (accessed: 06.03.2026).
11. Osadcha, O.O., and Nediello, D.V. (2025), "Promoting the development of creative industries in Ukraine: analysis of existing fiscal support mechanisms", Digital Economy and Economic Security, vol. 1 (16). DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.16-19>
12. Khanin, S. (2025), "Innovative capacity of regional economic systems in the context of the formation of a creative economy: modern challenges for Ukraine", Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences, vol. 338 (1), pp. 441—445. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2025-338-64>

Отримано редакцією журналу / Received: 09.04.26

Професійно рецензовано / Revised: 17.04.26

Схвалено до друку / Accepted: 21.04.26