

«Економічні науки». 2020. № 7(39). С. 59–66. URL: <https://www.inter-nauka.com/issues/economic2020/7/6064/>.

3. Стратегія розвитку вищої освіти в Україні на 2022–2032 роки : Розпорядження КМУ від 23.02.2022 № 286-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/286-2022-%D1%80> (дата звернення: 30.04.2026).

4. Johannessen J.-A. Knowledge management as a strategic asset. An integrated, historical approach. Bingley : Emerald Publishing Ltd, 2019. 248 p. URL: <https://www.emerald.com/insight/publication/doi/10.1108/9781789736359>.

5. Oleksenko O. Pedagogical conditions of training future managers of foreign economic activity for cross-cultural communication. International Letters of Social and Humanistic Sciences. 2015. Vol. 65. P. 27–31. URL: <https://www.scipress.com/ILSHS.65.27>.

6. Terza Missione – Università di Genova. Official Website. URL: <https://unige.it/terzamissione> (дата звернення: 30.04.2026).

7. Центр підтримки переселенців «Я Маріуполь. Культура». Маріупольська міська рада. URL: <https://mariupolrada.gov.ua/news/jamariupol.kul-tura-u-kievi-vidkrivjsja-prostir-dlja-mariupolciv> (дата звернення: 30.04.2026).

8. Соціальний проєкт «Центр енергоефективності». Київський національний університет технологій та дизайну. URL: <https://knutd.edu.ua/university/energy-efficiency-centre/> (дата звернення: 30.04.2026)

Ірина Радіонова
д-р.екон.наук, професор
Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана
Київ, Україна

ГІПОТЕЗА КРЕАТИВНИХ СЕКТОРІВ ДЛЯ ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ

Проблема креативних (творчих) секторів (видів діяльності, індустрій) для української економіки та суспільства є важливою остільки, оскільки, за умов критичної обмеженості ресурсів в період війни та післявоєнного відбудови, потрібно віднайти ті ланки, на основі яких можна відновити всю національну економіку.

Гіпотезою цього дослідження є ідея про те, що «креативність» - це не тільки здатність створювати вартість на основі нових ідей. Це - здатність певного сектору (виду діяльності), в якому реалізуються нові ідеї, сильніше впливати через систему міжгалузевих зав'язків на формування доданої вартості, ніж інші («не-креативні») сектори.

Теорія креативних секторів постійно еволюціонує впродовж 25 років ХХІ ст. Деякі її положення змінюються, інші виявляються такими, що їх важко

застосувати для прийняття управлінських рішень в українських умовах воєнної економіки. Тому спроба формулювання нових гіпотез щодо креативних видів діяльності є обґрунтованою

В еволюції теорії креативної економіки доцільно виокремлювати декілька підходів, а саме:

- базовий підхід (концепція) автора «ідеї креативної економіки» Дж.Ховкінса;
- підхід, поширений в Великій Британії та реалізований в нормативних документах уряду цієї країни;
- підхід, поширений в країнах Європейського союзу (ЄС) та реалізований в документах Єврокомісії.

До ідей концепції Дж. Ховкінса (2001) [1], які є важливими для цього дослідження, належить таке:

- креативна діяльність стає складником економіки лише тоді, коли створює інтелектуальний продукт, захищений інструментами інтелектуальної власності (авторським правом, патентом, промисловим зразком, торговою маркою);
- креативні види діяльності об'єднуються в групи, за критерієм переважаючого застосування правових інструментів захисту;
- вплив на зростання вартості креативні види діяльності здійснює тоді, коли ідея стає економічним активом, а власне механізм впливу цього активу можна презентувати таким логічним ланцюжком: ідея → захищений інструментами права інтелектуальний актив → суттєве зростання вартості продукту завдяки цьому активу.

Узагальнення щодо собливості підходів до «креативних секторів (індустрій)» в ЄС («континентальний» підхід) [2] та в Великій Британії («острівний підхід») [3] презентовані далі на рис.1.

«Континентальний підхід» ЄС	«Острівний підхід» Великої Британії
- використовує поняття, в якому об'єднані «культурні та креативні індустрії», - розмежовує «креативні індустрії» та «цифровий (ІТ) сектор», - жорстко відмежовує Штучний інтелект (ШІ) від <i>креативної діяльності</i>, - офіційно відносить до креативних індустрій у 2021 р. перелік з 6-ма групами видів діяльності (архітектура; аудіовізуальний сектор; дизайн; індустрія відеоігор та мультимедій; реклама та маркетинг)	- виокремлює «креативні» індустрії, без їх поєднання з «культурними» - відносить ІТ-сектор (розробку ПЗ та комп'ютерні послуги) до креативних індустрій та сприймає створення коду, як акт індивідуальної творчості), - компанії та розробники, які створюють ШІ-софт, офіційно визнаються належними до креативного сектору («Creative tech»); - офіційно відносить до креативних індустрій на початку ХХІ ст 9 груп видів діяльності (архітектура; видавництво; дизайн та мода; ІТ, програмування та комп'ютерні послуги; кіно, телебачення, відео; музеї, галереї, бібліотеки; реклама та маркетинг; ремесла) та 13 груп видів діяльності у 2015 р.

Рис. 1 Порівняння підходів до ідентифікації креативних секторів (індустрій) в ЄС та Великій Британії

В українській практиці, визначення креативних секторів міститься в Законі України «Про культуру». Перелік креативних видів діяльності унормований документом Кабінету Міністрів України, в якому до креативних належать 30 видів діяльності, за КВЕД 2010 р.

Пропонована гіпотеза креативності, згідно з якою креативними є ті індустрії (сектори), внесок яких у створення доданої вартості є більшим, ніж у «не-креативних» секторів, перевірена на основі даних української статистики. Використана інформація з таблиць «витрати-випуск» (СНР) за 2015 – 2023 рр. Досліджений зв'язок проміжного споживання продукції деяких секторів (видів діяльності) іншими секторами української економіки, з однієї сторони, та доданою вартістю, створеною секторами- з іншої.

Побудовані моделі, загальний вид яких віддзеркалює рівняння:

$$VA_i = kIC_i + \varepsilon_i,$$

де VA_i – залежна змінна - валова додана вартість і-ої галузі, IC_i – незалежна змінна - обсяг проміжного споживання продукції сектору в кожній і-ій галузі.

k – оцінюваний коефіцієнт, який інтерпретується як показник ступеня креативності, ε_i – не пояснена частина (похибка)).

Результати аналізу впливу на додану вартість двох секторів з найбільшою креативністю, здійсненого з урахуванням критерієм внеску в створення доданої вартості, які отримані на основі панельних даних з таблиць «витрати-випуск» [4] подані далі в таблиці 1.:

Таблиця 1. Результати моделювання зв'язку між проміжним споживанням продукції ІТ-сектору та сільського господарства іншими секторами та доданою вартістю, за українськими даними

Сектори	Equation	R2	Adj_R2	F_statistics	p_value
1.ІТ-сектор	$\log(AV) = 6.6770 + \mathbf{0.5721} \log(IC_{IT})$	0,493	0,492	339,84	1,7933E-53
2.Сільське господарство	$\log(AV) = 9.2426 + \mathbf{0.2659} \log(IC_{Agro})$	0,388	0,386	201,83	7,85794E-36

Презентовані рівняння свідчать про те, що а) зміна проміжного споживання продукції ІТ-сектору на 1% спричиняє зростання доданої вартості на 0,5721%, б) зміна проміжного споживання продукції сільського господарства на 1% спричиняє зростання доданої вартості на 0,2659%.

Інші досліджувані сектори української економіки демонстрували нижчі значення коефіцієнта k , за яким оцінювалась ступінь креативності.

Загальні висновки дослідження є такими:

- креативність секторів (видів діяльності) може оцінюватись з використанням критерію сили впливу на додану вартість та на основі коефіцієнтів креативності (k),
- перелік креативних секторів не є вичерпним «на всі часи» та незмінним й залежить від особливих умов, в яких функціонує національна економіка;

- ймовірно, що для української економіки в 2020-х рр. найбільш креативними є сучасні цифровізовані види озброєнь

Література

1. Howkins J “The Creative Economy: How People Make Money from Ideas” (2001) URL: https://www.researchgate.net/publication/247822555_The_Creative_Economy_How_People_Make_Money_from_Ideas
2. Regulation (EU) 2021/818 of the European Parliament and of the Council of 20 May 2021 establishing the Creative Europe Programme (2021 to 2027) and repealing Regulation (EU) No 1295/2013 (Text with EEA relevance) URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2021/818/oj/eng>
3. Creative Industries Mapping Documents 2001. Demonstrating the success of our creative industries. URL: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>
4. Державна служба статистики України. Таблиця «витрати-випуск» (в основних цінах) (2015-2023) [Набір даних]. 2026. URL: https://stat.gov.ua/sites/default/files/2026-01/tvv_osnp.zip

Іван Рябоконт

канд.екон.наук, доцент

Володимир Кирилюк

канд.екон.наук, доцент

*Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана*

Київ, Україна

ЗАРУБІЖНІ МОДЕЛІ РЕІНТЕГРАЦІЇ ВЕТЕРАНІВ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ

Соціальна та професійна реінтеграція ветеранів війни є одним із ключових викликів для сучасної України. Після завершення військової служби ветерани стикаються з необхідністю адаптації до цивільного життя, відновлення соціальних зв'язків, працевлаштування та реалізації свого професійного потенціалу. Ефективна реінтеграція не лише сприяє покращенню якості життя самих ветеранів та їхніх родин, а й забезпечує використання набутого ними досвіду та компетентностей на благо суспільства й економіки держави.

Для України врахування зарубіжного досвіду є особливо актуальним з огляду на зростання кількості ветеранів унаслідок повномасштабної війни. Розвиток системи професійної адаптації, підтримка ветеранського підприємництва, створення інклюзивного ринку праці та подолання суспільних стереотипів мають стати пріоритетними напрямками державної політики. Успішна соціальна