

Олексій М. Заваденко*

КРЕАТИВНИЙ СЕКТОР ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ГРОМАД: ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ УКРАЇНИ

У статті здійснений аналіз впливу розвитку креативного сектору економіки на розвиток територіальних громад не залежно від їх розміру (як великих міст так і маленьких селищ), ґрунтуючись на їх культурних особливостях. Таким чином, креативний сектор економіки виступає стратегічним інструментом для розвитку локальних територіальних громад України. Актуальність дослідження обумовлена необхідністю трансформації від аграрної та індустріальної до креативної економіки, яка має стати ключовим драйвером розвитку регіонів України в період повоєнного відновлення. Розвиток креативного сектору в маленьких територіальних громадах призводить до економічного розвитку громади, збереженню людського капіталу в громаді, залученню інвестицій та розвитку туризму, а також забезпечує збереження культурної спадщини. У цій статті зроблений критичний аналіз літератури, присвяченій розвитку креативного сектору економіки переважно у великих містах. На основі прикладів українських малих територіальних громад обґрунтовані перспективи розвитку креативного сектору в малих громадах, а також важливість розвитку креативного сектору в громадах задля їх економічного та соціального сталого розвитку.

У статті обґрунтовується необхідність запровадження стратегічних програм для розвитку креативного сектору в локальних громадах, створення культурних кластерів та хабів, розбудова інфраструктури для залучення туристів, цифровізація культурної спадщини тощо. Сформульовані напрямки для подальших досліджень в сфері пошуку джерел фінансування для розвитку креативного сектору в локальних громадах та перспективи їх виходу на глобальний ринок за рахунок продажу локальних виробів на міжнародних платформах і цифровізації культурної спадщини на прикладі с. Петриківка, с. Опішніа, с. Косів і порівнянні з великими містами, такими як Київ та Львів.

Ключові слова: креативний сектор економіки, урбанізація, креативне місто, креативні індустрії, культурні індустрії, креативна економіка, ревіталізація, локальні громади.

Табл. 2. Літ. 13.

DOI: 10.32752/1993-6788-2026-1-299-321-328

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-5544-6495>

Oleksii Zavadenko

THE CREATIVE SECTOR AS A TOOL FOR COMMUNITY DEVELOPMENT: PROSPECTS FOR UKRAINE

The article analyzes the impact of the development of the creative sector of the economy on the development of territorial communities regardless of their size (both large cities and small towns), based on their cultural characteristics. Thus, the creative sector of the economy acts as a strategic tool for the development of local territorial communities in Ukraine. The relevance of the study is due to the need for transformation from an agrarian and industrial to a creative economy, which should become a key driver of the development of regions in Ukraine during the period of post-war recovery. The development of the creative sector in small territorial communities leads to the economic development of the community, the preservation of human capital in the community, the attraction of investments and the development of tourism, and also ensures the preservation of cultural heritage. This article provides a critical analysis of the literature devoted to the development of the creative sector of the economy mainly in large cities. Based on examples of Ukrainian small

* Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine.

territorial communities, the prospects for the development of the creative sector in small communities, as well as the importance of the development of the creative sector in communities for their economic and social sustainable development, are substantiated. The article justifies the need to implement strategic programs for the development of the creative sector in local communities, the creation of cultural clusters and hubs, the development of infrastructure to attract tourists, the digitalization of cultural heritage, etc. Directions for further research are formulated in the field of finding sources of financing for the development of the creative sector in local communities and the prospects for their entry into the global market through the sale of local products on international platforms and the digitalization of cultural heritage using the example of the village of Petrykivka, the village of Opishnia, the village of Kosiv and comparisons with large cities such as Kyiv and Lviv.

Keywords: creative sector of the economy, urbanization, creative city, creative industries, cultural industries, creative economy.

Peer-reviewed, approved and placed: 12.05.2026

Постановка проблеми. Традиційні моделі регіонального розвитку в Україні орієнтовані на індустріальний та аграрний сектор, виявляються недостатньо ефективними та занадто ризикованими в сучасних умовах, особливо під час повномасштабної війни. Недооцінка креативного сектору економіки в якості рушія розвитку територіальних громад не залежно від їх розміру є однією з ключових проблем недостатнього його розвитку в малих територіальних громадах (адже, розвиток креативного сектору традиційно пов'язується з розвитком мегаполісів). Більшість малих та середніх громад системно зіштовхуються з проблемою відтоку робочої сили та недостатнім фінансуванням. Однак, в умовах повномасштабної війни стає очевидним, що локальні громади можуть бути краще адаптованими до ризиків війни (мають більш дешеву вартість житла, менший рівень конкуренції, більшу енергетичну автономність, знаходяться на віддалі від військових та промислових об'єктів тощо).

Економіка розвинених країн активно переходить від індустріальної моделі розвитку до моделі креативної економіки, цим шляхом має йти і Україна. Варто зауважити, що це не означає відсутність сфери виробництва товарів і перехід суто до економіки послуг та розробки комп'ютерних програм і моделей штучного інтелекту (ШІ). В першу чергу, це означає зростання ролі креативності в усіх сферах економічної діяльності.

Креативний сектор економіки – це двигун економічного зростання, інновацій та культурного розвитку, завдяки створенню доданої вартості, соціального капіталу та підвищенню іміджу країни на міжнародному рівні. Особливо актуальним розвиток креативного сектору економіки України є в умовах повномасштабної війни.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Грунтовні дослідження креативних індустрій та їх впливу на розвиток територіальних громад почали з'являтися в другій половині ХХ ст. Серед зарубіжних дослідників варто виділити Д. Тросбі, Ч. Лендрі, Р. Флориду, Дж. Гокінса, Д. Хезмондалша.

Д. Тросбі вводить в науковий обіг категорію «культурний капітал», яка є важливою для дослідження ролі креативного сектору для розвитку територіальних громад [1].

Дж. Гокінс розробив концепцію економічних систем, яка базується на креативності не лише в креативному секторі, але й усій економіці загалом [2].

Д. Хезмондалш розглядає переважно культурні індустрії, що є особливо важливим для розвитку креативного сектору в малих містах та селах за рахунок їх локальної культурної спадщини, місцевого колориту і традицій [3].

В Україні дослідженням креативних індустрій займаються І. Свиноус, Н. Присяжнюк, І. Шкодїна, Н. Кондратенко та інші. Важливими є дослідження Л. Безуглої в сфері розвитку креативної економіки в умовах російсько-української війни [4].

Зарубіжні та українські автори займаються питаннями взаємодії розвитку громад та ролі в цьому процесі креативного сектору. Автор концепції креативного міста Ч. Лендрі, наголошує на тому, що креативні індустрії – це спосіб інтеграції культури, креативності та інновацій в економічний розвиток міст. За Ч. Лендрі, креативність стає рушієм економіки [5].

Ще один дослідник урбанізму Р. Флорида є автором двох книг, які досліджують роль креативного класу в розвитку економіки. Р. Флорида доводив, що креативний клас є основним двигуном економічного зростання у XXI столітті. На думку Р. Флориди, міста з розвинутою культурною сферою, відкритістю до нових ідей та високою якістю життя приваблюють талановитих людей, що, в свою чергу, стимулює економіку. Прикладом є такі міста, як Сан-Франциско, Берлін чи Торонто, які стали центрами технологічних і креативних індустрій [6, с.187].

Друга книга Р. Флориди «Криза урбанізму» присвячена аналізу наслідків розвитку урбанізму за рахунок креативного класу та зростаючій нерівності, яка призвела до занепаду міст та релокації найзаможнішої частини населення в передмістя через надмірно дорогий рівень життя та ризики нестабільності у великих містах [7].

Автор виділяє кілька основних аспектів нової урбаністичної кризи:

- Глибока економічна прірва між невеликою кількістю зіркових міст. Р. Флорида наводить приклади Сан-Франциско або Лондона. Для України, ми можемо говорити про Київ, Львів, Івано-Франківськ (до 2014 року Донецьк);
- Криза успішності, яка проявляється у постійно зростаючих цінах на житло і великою нерівністю. Це чітко видно і на прикладі України. В Києві, Ужгороді або Львові ціна на нерухомість буде суттєво вищою, ніж в маленьких містах, навіть якщо це міста-сателіти;
- Зростання нерівності, сегрегація та розмежування, що призводить до скорочення середнього класу. З'являється ефект клаптикового міста, у якому місто і передмістя перетинають маленькі райони привілейованих осіб та великі райони бідності. Це не так помітно в українських містах;
- Бурхлива криза передмість. Певно, не на стільки яскраво виражена в Україні, як в США та Великій Британії про які пише автор.

Е. Пратт підкреслює в своєму дослідженні, що креативна екосистема міста тримається на складних неформальних зв'язках. Неможливо просто скопіювати модель креативного міста і масштабувати її на інші міста. Велику роль у формуванні креативної інфраструктури кожної локальної громади мають відбиток унікального місцевого історичного, культурного та регуляторного контексту. Згідно його концепції варто підтримувати локальне культурне виробництво замість того, щоб витратити місцеві бюджети на залучення креативного класу з інших регіонів [8].

Метою дослідження є аналіз ролі креативного сектору економіки України в розвитку територіальних громад та демонстрація перспектив їх розвитку не залежно від їх розміру за рахунок креативного сектору економіки.

Основні результати дослідження. Впродовж 2021–2024 років (не зважаючи на військові ризики) структура суб'єктів господарювання в креативному секторі економіки України демонструє стабільну концентрацію в кількох регіонах (Київ – 63,7 тис. у 2024 році, Харківська область – 29,6 тис. у 2024 році, Львівська область – 29,6 тис. у 2024 році). Волинська, Івано-Франківська, Хмельницька і Тернопільська області демонструють стабільне зростання, переважно через міграцію зі східних регіонів [9].

Згідно з дослідженнями, розвиток креативної сектору економіки традиційно пов'язувався з розвитком міст. Однак, ми вважаємо, що креативний сектор може бути потужним драйвером розвитку не лише великих, але й малих територіальних громад. Ми погоджуємось з авторами статті «Креативна економіка як драйвер розвитку підприємницької ініціативи та інфраструктури територіальних громад у сільській місцевості» [10] в тому, що в сільській місцевості креативна економіка виступає як інструмент локального розвитку за рахунок використання культурної спадщини (Косів, Петриківка, Опішня, Ясіня тощо) та природних ресурсів для розвитку туризму. До цих переваг варто додати безпекову складову за рахунок віддаленості сіл від великих інфраструктурних, військових та індустріальних об'єктів.

Теорія креативного міста Ч. Лендрі є дещо застарілою, адже вона не враховує військові ризики, з якими можуть зіткнутися креативні міста. Безперечно, це стосується і інших урбаністичних теорій, які були розраховані на мирне життя. Так, у його концепції Ч. Лендрі не враховані ризики розміщення креативних резиденцій в місцях колишніх індустріальних підприємств і ризики відключення електрики (наприклад, для керамічних коворкінгів або ІТ кластерів ця проблема є життєво важливою). Крім того, Ч. Лендрі розглядає в концепції розвитку креативності саме великі міста, а на нашу думку, велику перспективу креативного розвитку мають не лише мегаполіси, але й невеликі територіальні громади.

В Україні креативний сектор економіки знаходиться на початковому етапі розвитку [11] та потребує відповідного інституційного забезпечення. Останнім часом креативний сектор був включений до стратегічних документів національного рівня та має великі перспективи розвитку. Креативний сектор має розвиватись не лише у великих містах.

В таблиці 1 розглянемо вплив урбанізму на креативний сектор економіки.

Креативний сектор економіки має значний вплив на розвиток урбанізму, сприяє ревіталізації міських просторів, розвитку локальних економічних систем [12]. Однак, концентрація уваги на великих містах має і низку недоліків: висока вартість життя, висока конкуренція, більші військові ризики за рахунок близькості до військових та індустріальних об'єктів, залежність від критичної інфраструктури, яка стає ціллю для атак. В малих територіальних громадах ці недоліки практично відсутні.

Таблиця 1. Вплив урбанізму на креативний сектор економіки,
розроблено автором на основі [7]

Фактор урбанізму	Механізм впливу	Результат для креативного сектору
Щільність забудови	Концентрація талантів Велика конкуренція	Виникнення ефекту «переливу знань» Можливість зменшення трансакційних витрат за рахунок знаходження всіх суб'єктів в одному місці
Змішане використання	Поєднання житла, офісів та галерей в одному районі Зростання вартості нерухомості за рахунок елітності району з великою кількістю креативних людей	Зниження витрат на логістику та формування спільноти Своєрідна замкненість в своєму просторі за рахунок екосистеми в якій є все необхідне для життя і роботи
Транспортна доступність	Легкість пересування між креативними хабами	Розширення ринку праці та доступ до ширшої аудиторії
Наявність інфраструктури	Кав'ярні, парки, коворкінги стають майданчиком для співпраці	Поява неочікуваних колаборацій
Ревіталізація промзон	Перетворення старих заводів на арт-кластери Можливі безпекові ризики, якщо креативні хаби створені на місці колишніх індустріальних підприємств або поблизу діючих індустріальних об'єктів	Створення автентичних просторів для стартапів та мистецьких спільнот Необхідність обладнання сховищ, забезпечення енергетичної незалежності на локації

В таблиці 2 представлено як маленькі села можуть ставати економічно успішними за рахунок розвитку креативного сектору економіки поруч з великими містами.

Варто зазначити, що місто або село, маючи свою локальну особливість здатне залучати туристів та розвивати свій креативний сектор ґрунтуючись на локальній культурі. Для цього потрібна державна підтримка, стратегічний підхід, залучення фінансування, розвиток міжнародного співробітництва, використання податкових стимулів. Автори статті «Креативна економіка як фактор розвитку туристичної галузі: світові практики та перспективи для України» детально розглядають які світові практики можна і варто застосувати в українських реаліях [13].

Креативний сектор економіки України має значний потенціал розвитку та може стати драйвером для розвитку локальних громад. Культура і креативність мають перестати бути витратною статтею бюджету. Вони мають перетворитись на драйвер інновацій і важливу роль в цьому процесі мають зіграти локальні громади. Багато маленьких міст в Україні мають високий культурний потенціал, однак страждають від економічного застою, відтоку населення, відсутності робочих місць. В той же час велике значення мають військові ризики та становище міст, які знаходяться в найбільшій зоні

небезпеки недалеко від лінії бойових дій, адже для їх розвитку, в першу чергу, потрібна безпека. До таких міст можна віднести Слов'янськ в Донецькій області, який відомий, в тому числі, своїм керамічним промислом та може стати важливим туристичним центром для гончарів та керамістів після припинення бойових дій.

Таблиця 2. Культурна особливість та перспективи розвитку населених пунктів України

Локація	Культурна особливість	Перспективи розвитку
с. Петриківка	Батьківщина Петриківського розпису	Туристичний розвиток, розбудова інфраструктури, організація фестивалів, літні школи Петриківського розпису, оцифрування матеріальної спадщини, створення електронних каталогів та онлайн музеїв.
Кам'янець-Подільський	Старовинна архітектура	Фестиваль повітряних куль, середньовічні фестивалі, розвиток туризму.
с. Косів	Кераміка	Туристичний розвиток, літні школи по косівському розпису, фестивалі кераміки. Оцифрування матеріальної спадщини, створення електронних каталогів та онлайн музеїв
Львів	Архітектура, музеї, книжковий форум, культурний та освітній освітній центр	Туристичний розвиток, розбудова інфраструктури, логістичний хаб, фестивалі, театральні сезони, мистецькі ярмарки
Київ	Архітектура, музеї, фестивалі, освітній, культурний та адміністративний центр	Туристичний розвиток, розбудова інфраструктури, фестивалі, театральні сезони, мистецькі ярмарки тощо

Традиційні методи розвитку регіону, такі як розвиток важкої промисловості або агросектору потребують значних інвестицій та великої кількості часу для розбудови. Тим часом, креативний сектор економіки є мобільнішим, він хоч і потребує інвестицій та їх окупність може бути значно швидшою, ніж у звичайному індустріальному секторі.

Висновки. Креативний сектор економіки є суттєво мобільнішим, ніж індустріальний або аграрний сектор. В умовах нестабільності він першим адаптується до швидких змін та часто потребує менше фінансових ресурсів для релокації в разі потреби. Крім того, це часто мікро-, малий або середній бізнес, який здатний створювати індивідуальні рішення для клієнтів, які нерентабельні для великих підприємств. Креативний сектор локальних громад переважно ґрунтується на фундаменті локальної культури, що створює неповторний спосіб та стиль життя в тій чи іншій територіальній громаді. Майбутнє локальних громад та їх здатність залучати інвестиції та розвивати туристичний потенціал залежить від їх здатності оцифрувати та представити свою культурну спадщину в Інтернеті. Це вимагає від громади формування локальних ІТ хабів, які б були інтегровані в культурне життя громади.

Для майбутніх досліджень лишаються важливими пошук моделювання соціального впливу розвитку культурного та креативного життя громади, дослідження перспектив розвитку креативного сектору в маленьких громадах та стимулів залучення креативних працівників до маленьких громад. Також важливим напрямом для майбутніх досліджень є пошук джерел фінансування розвитку креативного сектору в локальних громадах та перспективи їх виходу на глобальний ринок.

1. Throsby D. Modeling the cultural industries. *International Journal of Cultural Policy*. 2008. Vol. 14 (3). P. 217–232. URL: <https://www.studeersnel.nl/nl/document/universiteit-van-amsterdam/cultural-industries/modelling-the-culturalindustries/71974568>
2. Howkins John. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin Books. 2013. 281 p.
3. Hesmondhalgh D. *The Cultural Industries. The Fourth Edition*. SAGE Publications Ltd. 2018. 568 p.
4. Безугла Л., Лазакович І. Креативні індустрії та креативна економіка: досвід України в умовах війни. *Економіка та суспільство*. Випуск 63. 2024. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4095/4027>
5. Лендрі Ч. Креативне містотворення: його сила і можливості / пер. з англ. А. Діамант. Харків: Фоліо, 2020. 252 с.
6. Флорида Р. *Nomo creativus. Як новий клас завойовує світ* / пер. з англ. М. Яковлев. Київ: Наш формат, 2018. 432 с.
7. Флорида Р. Криза урбанізму. Чому міста роблять нас нещасними / пер. з англ. Ірина Бондаренко. К.: Наш формат, 2019. 320 с.
8. Andy C. Pratt. *Creative cities: the cultural industries and the creative class*. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/j.14680467.2008.00281.x>
9. Український центр культурних досліджень. Креативні індустрії: основні показники діяльності (2023-2024). Статистичний огляд. URL: <https://mincult.gov.ua/wp-content/uploads/2025/11/kreatyvni2025-1.pdf>
10. Свиноус І., Присяжнюк Н., Федорук Ю., Павліченко А. Креативна економіка як драйвер розвитку підприємницької ініціативи та інфраструктури територіальних громад у сільській місцевості. *Економічний дискурс*. 2025. Випуск 4. С. 106-115. DOI: <https://doi.org/10.36742/2410-0919-2025-3-11>
11. Шкодіна І.В., Кондратенко Н.Д., Шукіна А.М. Креативна індустрія 4.0: тенденції та трансформації в епоху цифровізації. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2023. № 18. С. 22–30. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2023-18-03>
12. Пузирьова П., Власюк Т. Інклюзивна урбаністична трансформація та креативна економіка як механізм подолання майнової нерівності в Україні. *Вчені записки Університету «КРОК»* № 1(81). 2026. URL: <https://snku.krok.edu.ua/index.php/vcheni-zapiski-universitetu-krok/article/view/1234/1245%D2%91>
13. Олійник Л., Трегубов О., Ключковська В. Креативна економіка як фактор розвитку туристичної галузі: світові практики та перспективи для України. *Економіка та суспільство*. №65. 2024. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4469/4474>

1. Throsby D. Modeling the cultural industries. *International Journal of Cultural Policy*. (2008) Vol. 14 (3). P. 217–232. Available at: <https://www.studeersnel.nl/nl/document/universiteit-van-amsterdam/cultural-industries/modelling-the-culturalindustries/71974568>.

2. Howkins J. (2013) *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin Books, 281 p.

3. Hesmondhalgh D. (2018) *The Cultural Industries. The Fourth Edition*. SAGE Publications Ltd. 568 p

4. Bezuhla L., Lazakovych I. *Kreatyvni industrii ta kreatyvna ekonomika: dosvid Ukrainy v umovakh viiny. Ekonomika ta suspilstvo*. Vypusk 63. 2024. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4095/4027>

5. Lendri Ch. (2020) *Kreatyvne mistotvorennia: yoho syl'a i mozhlyvosti*. Kharkiv: Folio. 252 p.
6. Floryda R. (2018) *Homo creativus. Yak novyi klas zavoiovuie svit*. Kyiv: Nash format, 2018. 432 p.
7. Floryda R. (2019) *Kryza urbanizmu. Chomu mista robliat nas neshchasnymi*. Kyiv: Nash format, 2019. 320 p.
8. Andy C. Pratt. *Creative cities: the cultural industries and the creative class*. Available at: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/j.14680467.2008.00281.x>
9. *Ukrainskyi tsentr kulturnykh doslidzhen. Kreatyvni industrii: osnovni pokaznyky diialnosti (2023-2024)*. Statystychnyi ohliad. Available at: <https://mincult.gov.ua/wp-content/uploads/2025/11/kreatyvni2025-1.pdf>
10. Svnynous I., Prysiazhniuk N., Fedoruk Yu., Pavlichenko A. (2025) *Kreatyvna ekonomika yak draiver rozvytku pidpriemnytskoi initsiatyvy ta infrastruktury terytorialnykh hromad u silskii mistsevosti. Ekonomichnyi dyskurs. 2025. Vypusk 4. p.106-115*. DOI: <https://doi.org/10.36742/2410-0919-2025-3-11>
11. Shkodina I., Kondratenko N., Shchukina A. (2023) *Kreatyvna industriia 4.0: tendentsii ta transformatsii v epokhu tsyfrovizatsii*. *Visnyk KhNU imeni V.N. Kapazina. Seriia «Mizhnapodni vidnosyn. Ekonomika. Kpainoznavstvo. Tupyzm»*. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2023-18-03>
12. Puzyrova P., Vlasiuk T. (2026) *Inkliuzyvna urbanistychna transformatsiia ta kreatyvna ekonomika yak mekhanizm podolannia mainovoi nerivnosti v Ukraini*. *Vcheni zapysky Universytetu «KROK» № 1(81)*. Available at: <https://snku.krok.edu.ua/index.php/vcheni-zapiski-universitetu-krok/article/view/1234/1245%D2%91>
13. Oliinyk L., Trehubov O., Klochkovska V. (2024) *Kreatyvna ekonomika yak faktor rozvytku turystychnoi haluzi: svitovi praktyky ta perspektyvy dlia Ukrainy*. *Ekonomika ta suspilstvo*. №65. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4469/4474>