

УДК 330.341.424(477)

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2023-2-21>**Гамова І.В.**

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики та реклами
Державного торговельно-економічного університету

Gamova Iryna

State University of Trade and Economics

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ УКРАЇНИ

INNOVATIVE DEVELOPMENT OF CREATIVE INDUSTRIES OF UKRAINE

Проаналізовано глобальний індекс інновацій та регіональне розташування інноваційно потужних блоків світу. Оцінено інноваційний потенціал України та ідентифіковано фактори впливу на розвиток країни. Враховуючи, що маркетинг є складовою креативної індустрії, було здійснено аналіз перспективних напрямків розвитку. На основі отриманих результатів здійснено аналіз сильних / слабких сторін та перспективності креативної індустрії України з 2020 по 2022 роки. Виявлено сильну регресійну кореляційну залежність між інноваційною діяльністю України та розвитком креативної індустрії. Науковцем проаналізовано джерела фінансування інноваційної діяльності підприємств в Україні з 2000 по 2020 роки та виявлено, що витрати на виконання наукових досліджень і розробок за видами робіт зросли на 52 %. Автор детально дослідила динаміку витрат на маркетингові та рекламні інновації в Україні і провела аналіз, що свідчить про повну адаптивність відповідних інновацій до онлайн середовища.

Ключові слова: глобальний індекс інновацій, креативна індустрія, інноваційний потенціал, маркетингові інновації, рекламні інновації.

The global innovation index was analyzed, tracking the latest global innovation trends against the background of the Russian-Ukrainian war, the COVID-19 pandemic, and the energy crisis in Europe. The regional location of innovatively powerful blocs of the world is evaluated. The innovative potential of Ukraine was assessed and factors affecting the country's development were identified. According to the rating, all countries of the world are divided into countries according to the level of development: high, above and below average income. For 12 years in a row, Switzerland has topped the list of the world's most innovatively developed countries. Taking into account that marketing is a component of the creative industry, an analysis of promising directions of development was carried out, namely: human resources and research; business development; results of knowledge and technologies; creative services. Based on the results, an analysis of the strengths/weaknesses and prospects of the creative industry of Ukraine from 2020 to 2022 was carried out. A rather strong regression-correlation relationship between the innovative activity of Ukraine and the development of the creative industry was revealed. Creative industries have strategic potential and contribute to the smart, sustainable and integrated growth of regions and cities. In general, compared to the general economic system, the creative economy grows by 3–4% annually. The scientist analyzed the sources of financing innovative activities of enterprises in Ukraine from 2000 to 2020 and found that the average annual costs for innovative activities for 20 years amount to UAH 9,290.5 million, 77% of which are own funds. Research and development costs by type of work increased by 52% from 2010 to 2020. The author studied in detail the dynamics of costs for marketing and advertising innovations in Ukraine and conducted a corresponding analysis, which indicates the full adaptability of the relevant innovations to the online environment, i.e. the average percentage value of marketing innovations is 2.3% and advertising innovations – 0.6%.

Key words: global innovation index, creative industry, innovation potential, marketing innovations, advertising innovations.

Постановка проблеми. Однією з головних проблем інноваційного розвитку креативних індустрій в Україні є потенційна глобальна нестабільність через взаємозалежність національної економіки країн на світовому рівні. У результаті локальні економічні коливання,

кризові явища та військові дії в Україні несуть глобальні наслідки, тому полягає необхідність у аналізі факторів впливу на інноваційний розвиток країни через призму креативних індустрій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням інноваційних аспектів розвитку креативних індустрій економіки присвячені праці таких вітчизняних вчених як Г. Гапоненко, О. Євтушенко, М. Лучко, О. Ніколаєва, А. Онопрієнко, С. Таран, І. Шамара, Ю. Шоломицький, А. Холодницька, П. Яворський; зарубіжних вчених: Б. Беккет, Е. Істон, Л. Мао, Д. Перріш, П. Сакко.

Метою дослідження є встановлення залежності між інноваційною діяльністю країни та розвитком креативних індустрій України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Швидкий розвиток цифрових технологій приніс новий розвиток і нові зміни в креативних індустріях, включаючи нові продукти, галузі та моделі, що змінили зміст і структуру галузей. Існує два підходи застосування інновацій: 1 – застосовуються для сприяння модернізації та трансформації традиційних галузей про-

мисловості шляхом створення нових економічних форм; 2 – інформація, знання, цифровий контент, цифрові продукти тощо, що існують в цифровому вигляді можуть бути використані як важливі продуктивні фактори для прискорення та реорганізації ресурсів, підвищення здатності промислових інновацій і творчості, та підвищення загальної продуктивності факторів, щоб сприяти економічному зростанню [1].

Проаналізуємо глобальний індекс інновацій (ГІІ), що відстежує останні глобальні інноваційні тенденції на тлі російсько-української війни, пандемії COVID-19 та енергетичної кризи в Європі. Даний рейтинг розкриває найбільш інноваційні економіки світу, оцінюючи ефективність інновацій приблизно 132 економік, підкреслюючи сильні та слабкі сторони інновацій. Індекс включає близько 80 показників, включаючи показники політичного середовища, освіти, інфраструктури та створення знань у кожній економіці, враховуючи е-торгівлю.

Регіональна структура інноваційного розвитку світу поділена на 7 регіонів. Світовими лідерами інноваційного розвитку є наступні регіони: Північна Америка, Європа та Південно-Східна

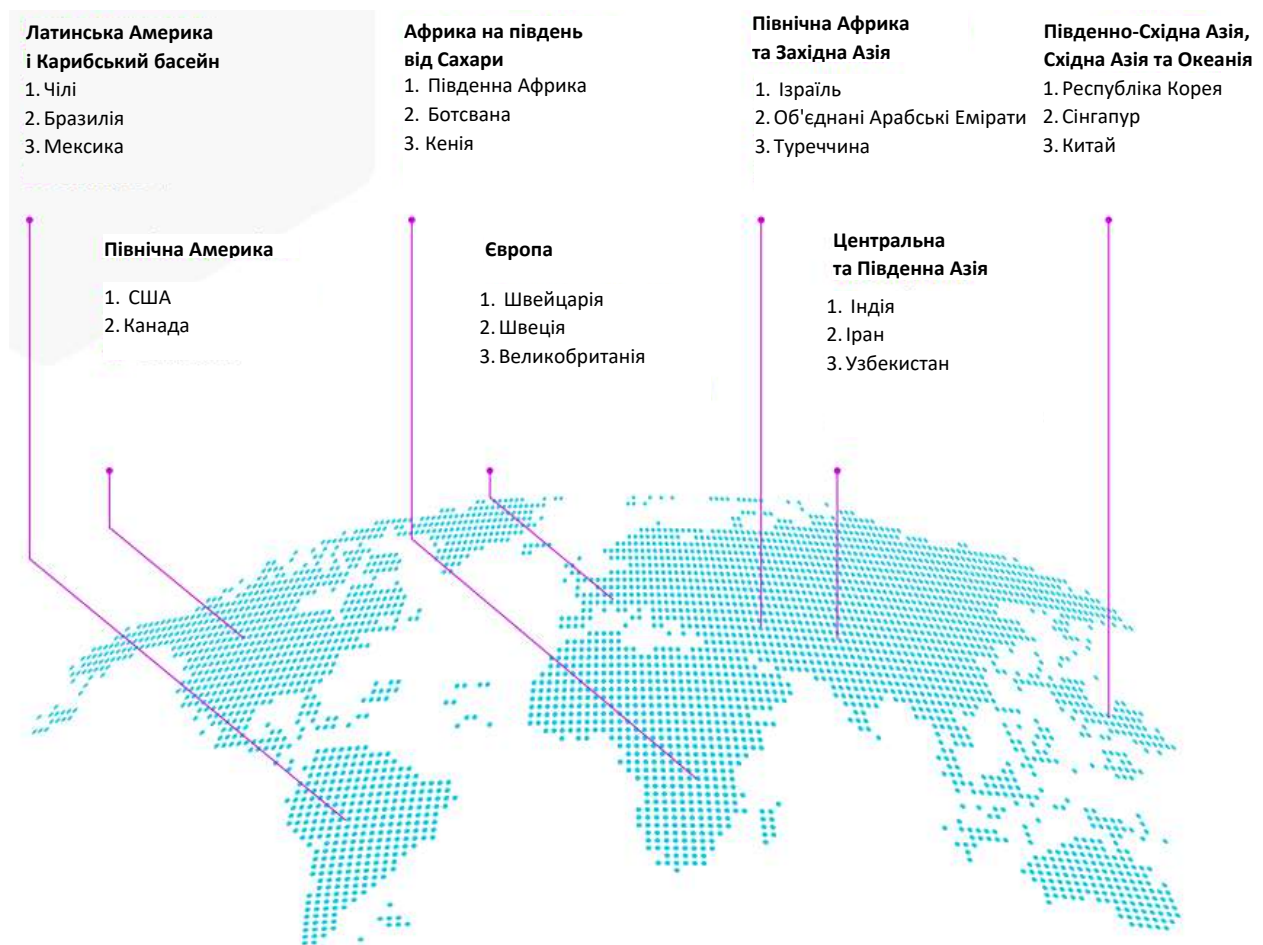


Рис. 1. Найбільші інноваційні економіки за регіонами у 2022 році

Джерело: складено автором за [2]

та Східна Азія, Океанія, так як до їх складу входять Швейцарія, США та Китай. Регіональними лідерами інноваційного розвитку світу є: Чілі (50 місце) – Латинська Америка і Карибський басейн; Південна Африка (61 місце) – Африка на південь від Сахари; Ізраїль (16 місце) – Північна Африка та Західна Азія; Республіка Корея (6 місце) – Південно-Східна Азія, Східна Азія та Океанія; США (2 місце) – Північна Америка; Швейцарія (1 місце) – Європа; Індія (40 місце) – Центральна та Південна Азія (див. рис. 2).

Згідно рейтингу усі країни світу поділені на країни за рівнем розвитку: високий, вище та нижче середнього доходи. 12 років поспіль список інноваційно найрозвинутіших країн світу очолює Швейцарія (1). США (2022 рік) займає 2 позицію в загальному рейтингу з бальною оцінкою – 61,8, обігнавши Швецію (1 місце у світі за інфраструктурою) на 0,2 бали. Сполучені Штати демонструють найкращі показники за досвідченістю ринку (1 місце у світі), розвитком бізнесу (3-є) і результатами знань і технологій (3-є). Великобританія займає вже 3 роки поспіль 4 позицію, за рахунок державної програми інноваційного розвитку. Середнє значення інноваційного розвитку у 2022 році зни-

зилось майже на 1% у порівнянні з 2021 роком. Список країн з доходом вище середнього очолює Китай, хоча займає 11 місце в загальному рейтингу інноваційного розвитку країн. Китай займав 34 місце в 2012 році; країна приєдналася до лідерів інновацій у 2016 році, і з тих пір неухильно зростає у рейтингу з кожним роком, аж до 2022 року. У групі країн з доходом нижче середнього Україна у 2020 році посідала 2 місце, але враховуючи нестабільну ситуацію в країні у 2022 році опинилась вже на 4 позиції в глобальному рейтингу інноваційного розвитку. Варто зазначити, що війна в Україні вплинула на інноваційний розвиток у всіх країнах світу, особливо це спостерігалось в країнах з доходом вище (спад на 4%) та нижче середнього (спад на 9%).

Даний рейтинг формується за рахунок оцінки наступних критеріїв: інноваційні інституції, дослідницька інфраструктура, людські ресурси та дослідження, досвідченість ринку, розвиток бізнесу, результати знань і технологій, креативні послуги. Зосередимо увагу на детальному розгляді даних показників в Україні. Позиції країни з 2020 по 2022 роки: 2020 р. – 45, 2021 рік – 49, 2022 рік – 57.

Таблиця 1

Рейтинг глобального індексу інновацій, 2020–2022 рр.

Рейтинг	Країни з рівнем розвитку вище очікувань	2020	2021	Абс. приріст	Темп приросту, %	2022	Абс. приріст	Темп приросту, %
Група з високим доходом								
1	Швейцарія	66,08	65,5	-0,58	99,1	64,6	-0,9	98,6
2	Швеція	62,47	63,1	0,63	101,0	61,6 ↓	-1,5	97,6
3	Сполучені Штати Америки	60,56	61,3	0,74	101,2	61,8 ↑	0,5	100,8
4	Великобританія	59,78	59,8	0,02	100	59,7	-0,1	99,8
Середнє значення		62,2	62,4	0,2	100,3	61,9	-0,5	99,2
Група доходу вище середнього								
14	Китай	53,28	54,8(12)	1,52	102,9	55,3(11)	0,5	54,75
33	Малайзія	42,42	41,9(36) ↓	-0,52	98,8	38,7(36) ↓	-3,2	38,28
37	Болгарія	39,98	42,4(35) ↑	2,42	106,1	39,5(35) ↑	-2,9	39,08
44	Таїланд	36,68	37,2(43)↓	0,52	101,4	34,9(43)↓	-2,3	34,53
46	Румунія	35,95	35,6(48)↓	-0,35	99,0	34,1(49)	-1,5	33,74
51	Турція	34,90	38,3(41)↑	3,4	109,7	38,1(37) ↑	-0,2	37,72
Середнє значення		40,5	41,7	1,2	103,0	40,1	-1,6	39,7
Група з доходом нижче середнього								
42	В'єтнам	37,12	37(44)	-0,12	99,7	34,2(48) ↓	-2,8	92,43
45	Україна	36,32	35,6(49) ↓	-0,72	98,0	31(57) ↓	-4,6	87,08
48	Індія	35,59	36,4(46) ↑	0,81	102,3	36,6(40) ↑	0,2	100,5
50	Філіппіни	35,19	35,3(51)	0,11	100,3	30,7(59)↓	-4,6	86,97
58	Монголія	33,41	34,2(58)	0,79	102,4	28(71) ↓	-6,2	81,87
67	Іран	30,89	32,9(60)	2,01	106,5	32,9(53) ↑	0	100
Середнє значення		34,8	35,2	0,5	101,5	32,2	-3,0	91,5

Джерело: складено автором за [2–4]

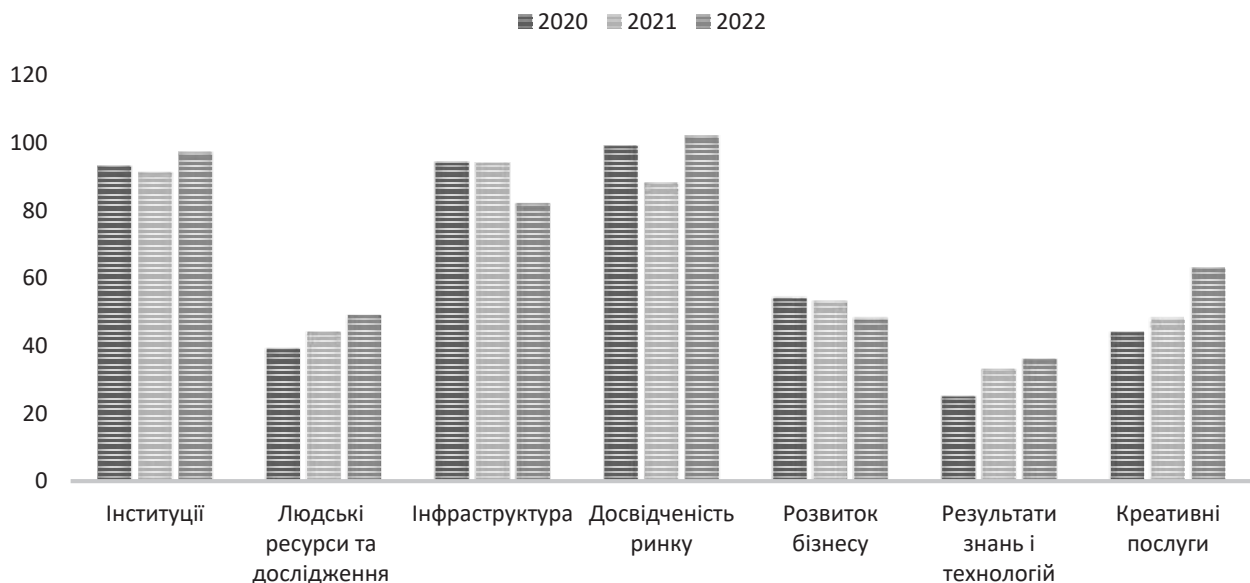


Рис. 2. Інноваційний розвиток України, 2020–2022 роки

Джерело: складено автором за [2–4]

Враховуючи інноваційний потенціал України потужними спрямуваннями протягом 2020–2022 рр. є такі сфери: людські ресурси та дослідження (зниження за останній рік на 10%); розвиток бізнесу; результати знань і технологій (зниження за останній рік на 8%); креативні послуги (зниження за останній рік на 24%). Наслідками війни стали підвищення рівня інноваційної інфраструктури на 15% та пришвидшення розвитку бізнесу на 10%. Інституції за 2022 рік зросли на 7%.

Базові види економічної діяльності, які належать до креативних індустрій визначені розпорядженням КМУ від 24.04.2019 № 265-р «Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій» [5]. До них входять 34 види економічної діяльності, що включають такі сектори:

- візуальне мистецтво: живопис, графіка, скульптура, фотографія тощо;
- сценічне мистецтво: жива музика, театр, танець, опера, цирк, ляльковий театр тощо;
- література, видавнича діяльність та друковані засоби масової інформації;
- аудіальне мистецтво;
- аудіовізуальне мистецтво: кіно, телебачення, відео, анімація, мультиплікація тощо;
- дизайн;
- мода;
- нові медіа та інформаційно-комунікаційні технології: програмне забезпечення, відеоігри, цифрові технології в мистецтві (3D-друк; віртуальна, доповнена, змішана реальність тощо);
- архітектура і урбаністика;
- реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю та інші креативні послуги. Експорт

рекламних послуг сягає 1,5% загального обсягу експорту послуг (2021 р.) [6];

- бібліотеки, архіви та музеї;
- народні художні промисли;
- традиційна культура: творчі ремесла, декоративно-прикладне мистецтво, фестивалі;
- пам'ятки культурної спадщини: бібліотеки, пам'ятки археології, музеї та виставки.

Креативні індустрії мають стратегічний потенціал і сприяють розумному, сталому і комплексному зростанню регіонів та міст. Використання креативних технологій капіталізує міста та території. Контент креативної культури є важливою частиною економіки. Сфера маркетингу та складові (комплекс маркетингу) входять до складу креативної галузі, тому подальше дослідження будемо здійснювати в рамках визначення ступеня залежності розвитку інновацій в Україні від креативної індустрії. У цілому, у порівнянні із загальною економічною системою, креативна економіка зростає на 3–4% щорічно [7].

У розрізі 3 років для України найкращим є 2020 рік, варто відмітити наступні показники: інтенсивність нематеріальних активів – 5 (зниження на 50% у 2021 році); вартість світового бренду – 8 (зниження на 47% у 2021 році). У 2022 році лідером є сфера інтернет-творчості, а саме: створення мобільних додатків – 13. Серед окремих видів послуг KI, зростання експорту в 2020 році демонструють Інформаційні послуги (+65%), Аудіовізуальні послуги та пов'язані з ними послуги(+24%), Комп'ютерні послуги (+21%) та Реклама та маркетинг (11%). У 2019 році експорт креативних товарів склав 0,51 млрд дол. США, а експорт послуг зріс до

Таблиця 2

Креативні послуги України, 2020–2022 рр.

№	Найменування	2020	2021	2022
<i>Нематеріальні активи</i>		23	29	62
1	Інтенсивність нематеріальних активів, топ-15, %	5	10	н/д
2	Торгові марки за походженням/млрд дол США	79	74	26
3	Вартість світового бренду, топ-5000, %	8	15	71
4	Промислові зразки за походженням/млрд дол США	58	58	19
<i>Творчі товари та послуги</i>		95	93	87
5	Експорт культурних та творчих послуг, % від загального товарообігу	48	47	43
6	Національні художні фільми	99	97	69
7	Ринок розваг та медіа	н/д	н/д	н/д
8	Поліграфія та інші носії	70	68	64
9	Експорт творчих товарів	80	78	82
<i>Інтернет-творчість</i>		39	45	42
10	Домени верхнього рівня (TLD)	56	55	55
11	Код країни TLD	54	55	55
12	Розробка програмного забезпечення	43	44	37
13	Створення мобільних додатків	15	17	13

Джерело: складено автором за [2–4]

5,4 млрд дол США. У структурі торгівлі креативні товари не відіграють суттєвої ролі, вони становлять 1% експорту і 1,5% імпорту. У той же час експорт креативних послуг в 2020 році склав 30% загального експорту послуг та 6,1% імпорту.

Зростання доданої вартості, створеної креативними індустріями на 1 гривню викликає зростання валової доданої вартості в економіці на 2,20 грн. Тобто додатково створені ще 1,20 грн доданої вартості. З них 72 копійки за рахунок проміжного споживання (непрямий вплив) та 48 копійок за рахунок додаткового споживання домогосподарствами (індукований вплив).

Більшу частину доданої вартості КІ створює комп'ютерне програмування – майже 43% від

загальної ВДВ КІ в 2019 році. На другому місці реклама, маркетинг та PR – 20,2 млрд гривень ВДВ або 17% національної ВДВ [8].

На основі вищенаведеної таблиці 3 зробимо аналіз сильних / слабких сторін та перспективності креативної індустрії України з 2020 по 2022 роки. З даної таблиці видно, що сильні сторони в Україні є незмінними протягом останніх 3 років, також війна внесла свої негативні наслідки серед яких можна відмітити 2 перспективних напрямів у 2022 році: нематеріальні активи та інтенсивність нематеріальних активів. Важливою складовою розвитку креативної індустрії України є інтернет-творчість, що частково стосується ІТ-сфери та маркетингу.

З точки зору економіки, Україна – це відносно ізольований та невеликий ринок порів-

Таблиця 3

Аналіз сильних/слабких сторін та перспективності креативної індустрії України з 2020 по 2022 роки

Сильні сторони	Слабкі сторони
Торгові марки за походженням Вартість світового бренду Створення мобільних додатків	Національні художні фільми
Перспективні напрямки	Складні напрямки для розвитку
<i>Нематеріальні активи (немає у 2022 р.)</i> Інтенсивність нематеріальних активів (<i>немає у 2022 р.</i>) Вартість світового бренду <i>Інтернет-творчість</i> Домени верхнього рівня (TLD) Код країни TLD Розробка програмного забезпечення Створення мобільних додатків	

Джерело: складено автором за [2–4]

няно з ринками Європи, Північної Америки чи Австралії, а тому економічний вплив креативних індустрій незначний. Внесок креативного сектору до ВВП України складає 3,47%, а до сфери зайнятості – 1,91% у той час, як в Австралії ці показники становлять 10,3% і 8,0% відповідно. Втім, в Україні спостерігається позитивний вплив креативних індустрій на міжнародну торгівлю, про що свідчить збільшення товарообороту креативною продукцією. Так, експорт однієї лише ІТ-сфери складає 42–45 млрд грн. Частка імпорту креативної продукції зростає лише на 7,1% у загальній структурі імпорту. Більшість українського імпорту надходить з країн, що розвиваються, і частково з розвинених економік [9].

Отже, з аналізу глобального індексу інновацій, ми отримали розуміння інноваційного потенціалу України та місце країни в загальному рейтингу, оцінили рівень креативних індустрій,

до складу якої входять маркетинг, реклама та ПР. Спробуємо побудувати регресійну кореляційну залежність між інноваційним розвитком України та креативною індустрією. У ході проведених розрахунків встановлено, що коефіцієнт детермінації дорівнює 0,98, що свідчить про сильну залежність між зростанням креативної індустрії та інноваційним розвитком України.

Взаємодія результуючого показника (Y) з факторним показником (X) традиційно описується рівнянням лінійної регресії, що визначається за формулою 1.

$$y = 2,08 \cdot x - 44,56. \quad (1)$$

Результати дослідження показали, що маркетинг в онлайн середовищі є беззаперечним лідером розвитку інноваційної екосистеми України, враховуючи й е-торгівлю. Розвиток креативної економіки для України – це не суперціль, але її варто розглядати як перехідний

Таблиця 4

Джерела фінансування інноваційної діяльності підприємств в Україні, 2000–2020 рр.

Роки	Витрати на інновації, млн.грн	У тому числі за рахунок							
		власних коштів підприємств		коштів державного бюджету		коштів інвесторів-нерезидентів		коштів інших джерел	
		млн.грн	%	млн.грн	%	млн.грн	%	млн.грн	%
2000	1757,1	1399,3	79,6	7,7	0,4	133,1	7,6	217,0	12,3
2001	1971,4	1654,0	83,9	55,8	2,8	58,5	3,0	203,1	10,3
2002	3013,8	2141,8	71,1	45,5	1,5	264,1	8,8	562,4	18,7
2003	3059,8	2148,4	70,2	93,0	3,0	130,0	4,2	688,4	22,5
2004	4534,6	3501,5	77,2	63,4	1,4	112,4	2,5	857,3	18,9
2005	5751,6	5045,4	87,7	28,1	0,5	157,9	2,7	520,2	9,0
2006	6160,0	5211,4	84,6	114,4	1,9	176,2	2,9	658,0	10,7
2007	10821,0	7969,7	73,7	144,8	1,3	321,8	3,0	2384,7	22,0
2008	11994,2	7264,0	60,6	336,9	2,8	115,4	1,0	4277,9	35,7
2009	7949,9	5169,4	65,0	127,0	1,6	1512,9	19,0	1140,6	14,3
2010	8045,5	4775,2	59,4	87,0	1,1	2411,4	30,0	771,9	9,6
2011	14333,9	7585,6	52,9	149,2	1,0	56,9	0,4	6542,2	45,6
2012	11480,6	7335,9	63,9	224,3	2,0	994,8	8,7	2925,6	25,5
2013	9562,6	6973,4	72,9	24,7	0,3	1253,2	13,1	1311,3	13,7
2014	7695,9	6540,3	85,0	344,1	4,5	138,7	1,8	672,8	8,7
2015	13813,7	13427,0	97,2	55,1	0,4	58,6	0,4	273,0	2,0
2016	23229,5	22036,0	94,9	179,0	0,8	23,4	0,1	991,1	4,3
2017	9117,5	7704,1	84,5	227,3	2,5	107,8	1,2	1078,3	11,8
2018	12180,1	10742,0	88,2	639,1	5,2	107,0	0,9	692,0	5,7
2019	14220,9	12474,9	87,7	556,5	3,9	42,5	0,3	1147,0	8,1
2020	14406,7	12297,7	85,4	279,5	1,9	125,3	0,9	1704,2	11,8

*1. Дані за 2000–2014 роки наведені по юридичних особах та їх відокремлених підрозділах, які здійснювали промислову діяльність.

2. Дані за 2014–2020 роки наведені без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

3. Дані за 2015–2020 роки наведені по юридичних особах, які здійснювали промислову діяльність, із середньою кількістю працівників 50 осіб і більше.

Джерело: складено автором за [9]

момент до нових високотехнологічних і високоінтелектуальних укладів. Креативна економіка успішно розвивається там, де розвинена відповідна інфраструктура. Лише за умови великих інфраструктурних зусиль і капіталовкладень, створення інституцій, де вирощується креативний потенціал (в європейській чи канадській практиці, наприклад, таку роль виконують креативні інкубатори), креативна економіка зможе існувати як провідна галузь країни.

За даними Statista підприємства в середньому витрачають 10% від чистого прибутку на інноваційну діяльність [9]. Доречно надати аналіз джерел фінансування інноваційної діяльності підприємств в Україні з 2000 по 2000 роки. До інших джерел фінансування можуть належати позикові кошти (кредит або лізинг), форфейтинг, франчайзинг, венчурне фінансування, продаж облігацій.

З табл. 4 можна зробити висновки, що середньорічні витрати на інноваційну діяльність за 20 років становлять 9290,5 млн грн, 77% з яких становлять власні кошти. Прогресивними роками інноваційних інвестицій варто відмітити 2011 (14333,9 млн грн), 2016 (23229,5 млн грн) та 2020 (14406,7 млн грн). В інвестиційному плані

цікавим роком виявився 2015 рік, так як рік ознаменувався виключно залученням 97,2% власних коштів підприємств.

Згідно даних Держстатистики України з 2010 по 2020 рр. спостерігається динаміка зростання витрат на виконання наукових досліджень і розробок за видами робіт з 8107,1 млн грн (2010 р.) до 17022,4 млн грн (2020 р.), тобто на 52%. Варто відмітити 2019 рік, що став одним з найбільш популярних щодо інвестицій у наукові розробки і становить 17254,6 млн грн. Майже 55% інвестицій в виконання наукових досліджень і розробок спрямовувались на науково-технічні (експериментальні) розробки.

Для оцінки маркетингових інновацій в Україні, потрібно навести дані всього по країні та врахувати рекламну галузь.

2019–2020 рр. характерні значними маркетинговими витратами на інновації 3,1% та 3,4% відповідно. Витрати на рекламні інновації відзначились в 2013 році – 1,4%. 95% інноваційних продуктів / послуг можна застосовувати в онлайн середовищі, а що стосується маркетингових та рекламних інновацій – 100%, тому отримані результати можна застосовувати в онлайн середовищі.

Таблиця 5

Витрати на маркетингові та рекламні інновації в Україні, 2000–2020 рр.

Роки	Частка кількості інноваційно активних підприємств у загальній кількості промислових підприємств, %	Витрати на інновації, млн грн	Витрати на маркетингові інновації, млн грн	%	Витрати на рекламні інновації, млн грн	%
2000	18,0	1760,1	44,0	2,5	5,3	0,3
2001	16,5	1979,4	29,7	1,5	4,0	0,2
2002	18,0	3018,3	45,3	1,5	12,1	0,4
2003	15,1	3059,8	76,5	2,5	12,2	0,4
2004	13,7	4534,6	81,6	1,8	22,7	0,5
2005	11,9	5751,6	69,0	1,2	46,0	0,8
2006	11,2	6160,0	104,7	1,7	43,1	0,7
2007	14,2	10821,0	227,2	2,1	108,2	1,0
2008	13,0	11994,2	311,8	2,6	107,9	0,9
2009	12,8	7949,9	174,9	2,2	63,6	0,8
2010	13,8	8045,5	217,2	2,7	88,5	1,1
2011	16,2	14333,9	415,7	2,9	172,0	1,2
2012	17,4	11480,6	252,6	2,2	149,2	1,3
2013	16,8	9562,6	286,9	3,0	133,9	1,4
2014	16,1	7695,9	138,5	1,8	15,4	0,2
2015	17,3	13813,7	317,7	2,3	27,6	0,2
2016	18,9	23229,5	464,6	2,0	69,7	0,3
2017	16,2	9117,5	255,3	2,8	36,5	0,4
2018	16,4	12180,1	365,4	3,0	21,2	0,2
2019	15,8	14220,9	440,8	3,1	56,9	0,4
2020	16,8	14406,9	489,8	3,4	117,8	0,8

Джерело: складено автором за [9]

Висновки з проведеного дослідження. Креативні індустрії в епоху цифрової економіки базуються на повній або частковій імплементації інновацій та творчих знань окремих осіб або підприємств. Результати реалізації креативних продуктів або надання послуг створюють додаткову цінність індустрії. Тому проаналізовано глобальний індекс інновацій та регіональне розташування інноваційно потужних блоків світу. Оцінено інноваційний розвиток України та фактори впливу. Так як сфера маркетингу входить до складу креативних індустрій, нами було здійснено аналіз перспективних напрямків розвитку. На основі отриманих результатів здійснено аналіз сильних / слабких сторін та перспективності креативної індустрії України з 2020 по 2022 роки. Виявлено доволі

сильну регресійну кореляційну залежність між інноваційною діяльністю України та розвитком креативної індустрії.

Науковцем проаналізовано джерела фінансування інноваційної діяльності підприємств в Україні з 2000 по 2020 роки та виявлено, що середньорічні витрати на інноваційну діяльність за 20 років становлять 9290,5 млн грн, а 77% з яких становлять власні кошти. Витрати на виконання наукових досліджень і розробок за видами робіт з 2010 р. по 2020 р. зросли на 52%. Автори детально вивчили динаміку витрат на маркетингові та рекламні інновації в Україні і провели відповідний аналіз, що свідчить про повну адаптивність відповідних інновацій до онлайн середовища та середньовідсоткове значення – 2,3% маркетингових інновацій та 0,6% – рекламних.

Список використаних джерел:

1. World Intellectual Property Organization (WIPO). Global Innovation Index 2022: What is the future of innovation-driven growth? Geneva : WIPO. 2022. DOI: <https://doi.org/10.34667/tind.46596>.
2. WIPO. Global Innovation Index 2021: Tracking Innovation through the COVID-19 Crisis. Geneva: World Intellectual Property Organization. 2021.
3. Cornell University, INSEAD, and WIPO. The Global Innovation Index 2020: Who Will Finance Innovation? Ithaca, Fontainebleau, and Geneva. 2020.
4. Розпорядження Кабінету міністрів УКРАЇНИ від 24 квітня 2019 р. № 265-р Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text> (дата звернення: 01.04.2023).
5. Держстат України. 2021. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення: 01.04.2023).
6. Євтушенко О.В., Гапоненко Г.І., Шамар І.М. Сучасний стан та перспективи використання інноваційних маркетингових технологій у розвитку креативних індустрій України. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Вип. 15, 2022. С. 94–101.
7. Creative economy. Statista. 2021. URL: <https://www.statista.com> (дата звернення: 01.04.2023).

References:

1. World Intellectual Property Organization (WIPO). (2022) Global Innovation Index 2022: What is the future of innovation-driven growth? Geneva: WIPO. DOI: <https://doi.org/10.34667/tind.46596> [in English].
2. WIPO. (2021) Global Innovation Index 2021: Tracking Innovation through the COVID-19 Crisis. Geneva: World Intellectual Property Organization [in English].
3. Cornell University, INSEAD, and WIPO. (2020). The Global Innovation Index 2020: Who Will Finance Innovation? Ithaca, Fontainebleau, and Geneva [in English].
4. Rozporiadzhennia Kabinetu ministriv UKRAINY vid 24 kvitnia 2019 r. № 265-r Pro zatverdzhennia vydiv ekonomichnoi diialnosti, yaki nalezhat do kreatyvnykh industrii. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text> (accessed 01 April 2023).
5. Derzhstat Ukrainy. (2021) Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 01 April 2023).
6. Yevtushenko O.V., Haponenko H.I., Shamar I.M. (2022) Suchasnyi stan ta perspektyvy vykorystannia innovatsiinykh marketynhovykh tekhnolohii u rozvytku kreatyvnykh industrii Ukrainy. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina*. Vyp. 15, pp. 94–101.
7. Creative economy. (2021) Statista. Available at: <https://www.statisa.com> (accessed 01 April 2023).