

## МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ КРЕАТИВНОЇ ІНДУСТРІЇ В КОНТЕКСТІ ЇХ ВПЛИВУ НА ПІСЛЯВОЄННИЙ РОЗВИТОК ТЕРИТОРІЙ

### MARKETING ANALYSIS OF THE CREATIVE INDUSTRY IN THE CONTEXT OF THEIR INFLUENCE ON THE POST-WAR DEVELOPMENT OF THE TERRITORIES

*У статті проведено дослідження розвитку креативних індустрій в Україні. Період дослідження був з 2013 до 2021 року. В цей час в Україні спостерігався бурхливий розвиток креативної індустрії. Це пов'язано з тим, що держава поступово переходить від індустріальної моделі розвитку економіки до креативної. Вона охоплює багато видів економічної діяльності, які прямо чи опосередковано беруть в ній участь. ІТ, наукові дослідження, освіта, туризм, готельно-ресторанний бізнес, медицина та багато інших використовують у своїй діяльності елементи творчості, нестандартного підходу в процесі створення додаткової вартості продукти чи послуги. З іншого боку пришвидшення розвитку креативних індустрій сприяє їй розвитку територій за рахунок появи нових бізнес ідей, які втілюються у реальний бізнес проект. Це впливає на підвищення соціально-економічного рівня життя населення територій. Маркетингове дослідження має показати, які види економічної діяльності, безпосередньо пов'язані з креативними індустріями, можуть бути покладені в основу ребрендингу територій у повоєнний період.*

**Ключові слова:** креатив, креативні індустрії, економічна діяльність, післявоєнний стан, дослідження, маркетинг, маркетинговий аналіз.

*The article is conducted research on the development of creative industries in Ukraine. The study period was from 2013 to 2021. At that time, the rapid development of the creative industry was observed in Ukraine. This is due to the fact that the state is gradually moving from an industrial model of economic development to a creative one. It covers many types of economic activity that directly or indirectly participate in it. IT, scientific research, education, tourism, hotel and restaurant business, medicine and many others use in their activities elements of creativity, a non-standard approach in the process of creating additional value of products or services. On the other hand, the acceleration of the development of creative industries contributes to the development of the territory due to the emergence of new business ideas that are translated into a real business project. This affects the improvement of the socio-economic standard of living of the population of the territory. Marketing research should show which types of economic activity directly related to creative industries can be used as a basis for rebranding territories in the post-war period. For their development and sending, the tools of territorial marketing should be chosen, which will be the most effective and efficient. The method of dynamic analysis, which allows determining the speed and intensity of development of types of economic activity, was chosen as a tool in the research. According to the results of the study, the types of activities with high, medium and low rates of development in Ukraine as a whole were determined. The second stage of the study was to determine the speed of their development according to individual socio-economic indicators during the study period. This approach makes it possible to form an approximate profile of the territory. The final stage is the determination of the tools of territorial marketing, which should be used for the development of the territory through creative industries. When building a marketing plan, it is also necessary to take into account territorial features: demographic, ethnic, psychological, economic, social.*

**Key words:** creativity, creative industries, economic activity, post-war situation, research, marketing, marketing analysis.

УДК 658.8; 338.1

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct67-9>

#### Благу́н І.І.

д.е.н., доцент,  
професор кафедри менеджменту  
і маркетингу  
Прикарпатський національний  
університет імені Василя Стефаника

#### Гри́невич Л.В.

д.е.н., професор,  
завідувач кафедри маркетингу  
Харківський національний  
економічний університет  
імені Семена Кузнеця

#### Blahun Ivan

Vasyl Stefanyk Precarpathian  
National University

#### Grynevych Liudmyla

Simon Kuznets Kharkiv  
National University of Economics

**Постановка проблеми.** Військові дії на території України призвели до значних змін у всіх сферах життя. Руйнівний вплив цих змін буде відчуватись ще тривалий час після їх закінчення. Тому вже зараз треба вибудовувати стратегію післявоєнного розвитку територій враховуючи їх регіональні цінності, ресурсний потенціал та наявні можливості. Слід звернути увагу на таку складову національної економіки як креативні індустрії. Так, за даними Міністерства культури та інформаційної політики України у 2020 році креативні індустрії згенерували 4,2% доданої вартості української економіки. Це 132,4 млрд грн. Такий показник перевищує індикатори 2019 року – 3,9%. Все більше людей обирають роботу у креативних індустріях їх відсоток збільшився до 4, це – 360,3 тис. українців [3]. Отже, вони можуть стати рушійної силою для розвитку територій у

післявоєнний час. Для цього необхідно визначити види економічної діяльності, які мають найбільші темпи зростання та розробити комплекс заходів територіального маркетингу спрямований на ребрендинг територій.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Останнім часом багато уваги вчені приділяють розвитку креативної економіки, серед закордонних вчених можна виділити: П. Бурдье, Е. Бустаманте, Р. Діаз-Боуном, П. Кавес, Г. Крелла, Ч. Ландрі, П. Шлесингером, Р. Флоридом тощо. Найбільший вклад у сферу дослідження української креативної економіки внести: Л. Антонюк, Л. Антошкіної, В. Білошапки, А. Вишневського, А. Горелова, М. Гудмана, Д. Лук'яненка, Є. Калініченко, Ю. Панченка, Ю. Полякової, А. Поручника тощо. Більшість вчених розглядають креативну економіку як певний перехід до нового устрою на рівні

національної економіки при цьому приділяючи мало уваги регіональному рівню. Отже, актуальним є питання дослідження впливу креативної економіки на розвиток територій.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є визначення видів економічної діяльності креативної індустрії які можуть бути драйверами для післявоєнного розвитку територій.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Марк Рітсон – бренд-консультант і колишній професор з маркетингу сказав: «Бренди та маркетинг справді абсолютно нічого не варті перед обличчям масштабів війни. Але коли закінчуються війни, дії кількох компаній запам'ятовуються на наступні мирні десятиліття» [8]. Отже, зараз постає актуальне питання створення саме такого бренду для території, який би міг запам'ятатися та бути візитівкою не лише для території, але й для країни в цілому. В цьому їм допомагали прийняті нестандартні, креативні управлінські рішення, які підтримувались маркетинговими заходами.

Серед країн, які фокусуються на розвитку креативних індустрій можна виділити: Велику Британію, Польщу, Канаду, США та Німеччину. Деякі країни обмежуються лише тим сектором економіки, який на їх думку є найбільш прибутковим.

Українські креативні індустрії створюють 3,9% національної доданої вартості – це менше ніж у Великій Британії (5,8%), Польщі (6,3%), США (4,6%), але більше ніж у Канади (2,7%), та порівняне з Німеччиною (3,3%) [4].

У 2019 році КМУ затвердив перелік видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій [7]. У 2020 році Міністерством культури та інформаційної політики України було проведено дослідження креативних індустрій в Україні в період 2019 та 2020 років [5]. Дослідження було проведено за показниками, які використовує Державна служба статистики України у своїх вибіркових дослідження діяльності суб'єктів господарської діяльності в розрізі видів економічної діяльності, а саме [1]:

- додана вартість за витратами виробництва суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності;

- кількість зайнятих працівників у суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності;

- кількість суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності;

- обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності;

- витрати на персонал суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності.

Маркетинговий аналіз було проведено за період з 2013 по 2021 роки на основі розрахованих середньорічних темпів росту економічних показників креативної індустрії. З отриманих результатів можна

зробити наступний висновок – спостерігаються високі темпи росту по 24 з 34 видам економічної діяльності. Лідерами є: видання комп'ютерних ігор, видання іншого програмного забезпечення, комп'ютерне програмування, дослідження і експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук, спеціалізована діяльність із дизайну та виробництво кіно- та відео-фільмів, телевізійних програм, які показали приріст за усіма показниками більше 20%. Перші три види діяльності відносяться до сфери ІТ, як до початку війни досить стрімко розвивалась та продовжує розвиватися. Так, за даними проведеного дослідження Львівським ІТ Кластером за підтримки Міністерство цифрової трансформації України, USAID і Western NIS Enterprise Fund за перші 5 місяців 2022 року сфера ІТ показала зростання на 28%, принісши у ВВП країни 3.1 млрд доларів [2].

Далі йдуть види діяльності, які показали приріст від 10 до 20%. Це – виробництво музичних інструментів, консультування з питань інформатизації, діяльність інформаційних агентств, освіта у сфері культури, індивідуальна мистецька діяльність, функціонування театральних і концертних залів, функціонування бібліотек і архівів, функціонування музеїв.

Наступним кроком маркетингового аналізу було визначення змін, які відбулись за кожним показником в розрізі видів економічної діяльності. Це дозволить визначити вклад та потенційні можливості кожного з них у розвиток території та підібрати ефективний інструментарій територіального маркетингу. В табл. 1 наведено позначення видів економічної діяльності, що представлені на рис. 1–5.

На рис. 1 наведено середньорічні темпи росту за показником додана вартість за витратами виробництва суб'єктів господарювання.

Так, найбільші темпи росту спостерігаються у індивідуальній мистецькій діяльності, освіті у сфері культури, спеціалізованій діяльності з дизайну, діяльності інформаційних агентств, комп'ютерному програмуванні, виробництві кіно- та відео-фільмів, телевізійних програм, виданні комп'ютерних ігор та виробництві біжутерії та подібних виробів.

На рис. 2 наведено середньорічні темпи росту за показником кількість зайнятих осіб у суб'єктів господарювання.

За цим показником найбільші середньорічні темпи росту спостерігаються у індивідуальній мистецькій діяльності, освіті у сфері культури, спеціалізованій діяльності з дизайну. За ними йдуть функціонування музеїв, функціонування театральних і концертних залів, театральна і концертна діяльність, дослідження і експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук, діяльність у сфері зав'язків з громадськістю,

Таблиця 1

Позначення видів економічної діяльності, що представлені на рис. 1–5

Вид економічної діяльності	Позначки	Вид економічної діяльності	Позначки
Виробництво ювелірних і подібних виробів	1	Консультавання з питань інформатизації	18
Виробництво біжутерії та подібних виробів	2	Діяльність інформаційних агентств	19
Виробництво музичних інструментів	3	Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю	20
Видання книг	4	Діяльність у сфері архітектури	21
Видання газет	5	Дослідження і експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук	22
Видання журналів і періодичних видань	6	Рекламні агентства	23
Інші види видавничої діяльності	7	Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації	24
Видання комп'ютерних ігор	8	Спеціалізована діяльність із дизайну	25
Видання іншого програмного забезпечення	9	Діяльність у сфері фотографії	26
Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	10	Надання послуг з перекладу	27
Компонування кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	11	Освіта у сфері культури	28
Розповсюдження кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	12	Театральна та концертна діяльність	29
Демонстрація кінофільмів	13	Діяльність щодо підтримання театральних і концертних заходів	30
Видання звукозаписів	14	Індивідуальна мистецька діяльність	31
Діяльність у сфері радіомовлення	15	Функціонування театральних і концертних залів	32
Діяльність у сфері телевізійного мовлення	16	Функціонування бібліотек і архівів	33
Комп'ютерне програмування	17	Функціонування музеїв	34

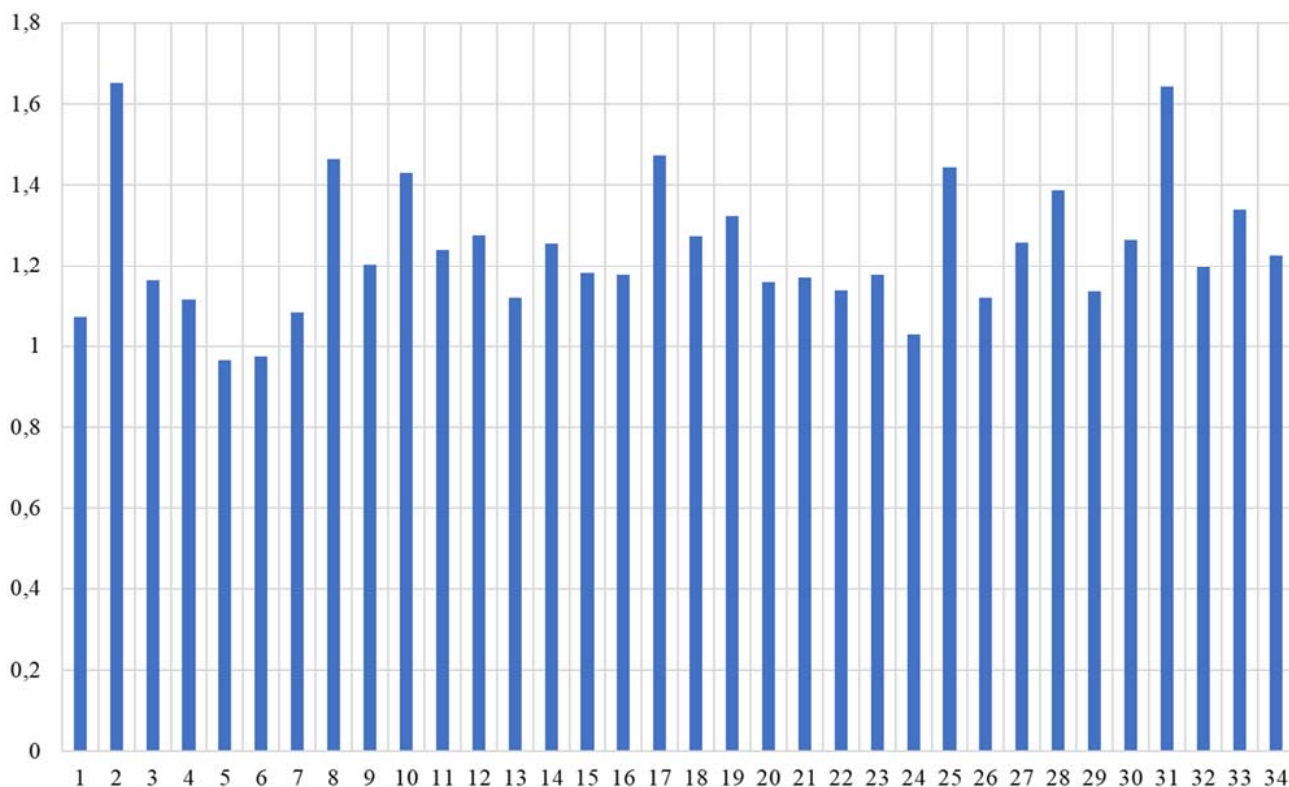


Рис. 1. Додана вартість за витратами виробництва суб'єктів господарювання

## ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ

консультування з питань інформатизації, виробництво кіно- та відео-фільмів, телевізійних програм, виданні комп'ютерних ігор.

На рис. 3. наведено середньорічні темпи росту за показником кількість діючих суб'єктів господарювання.

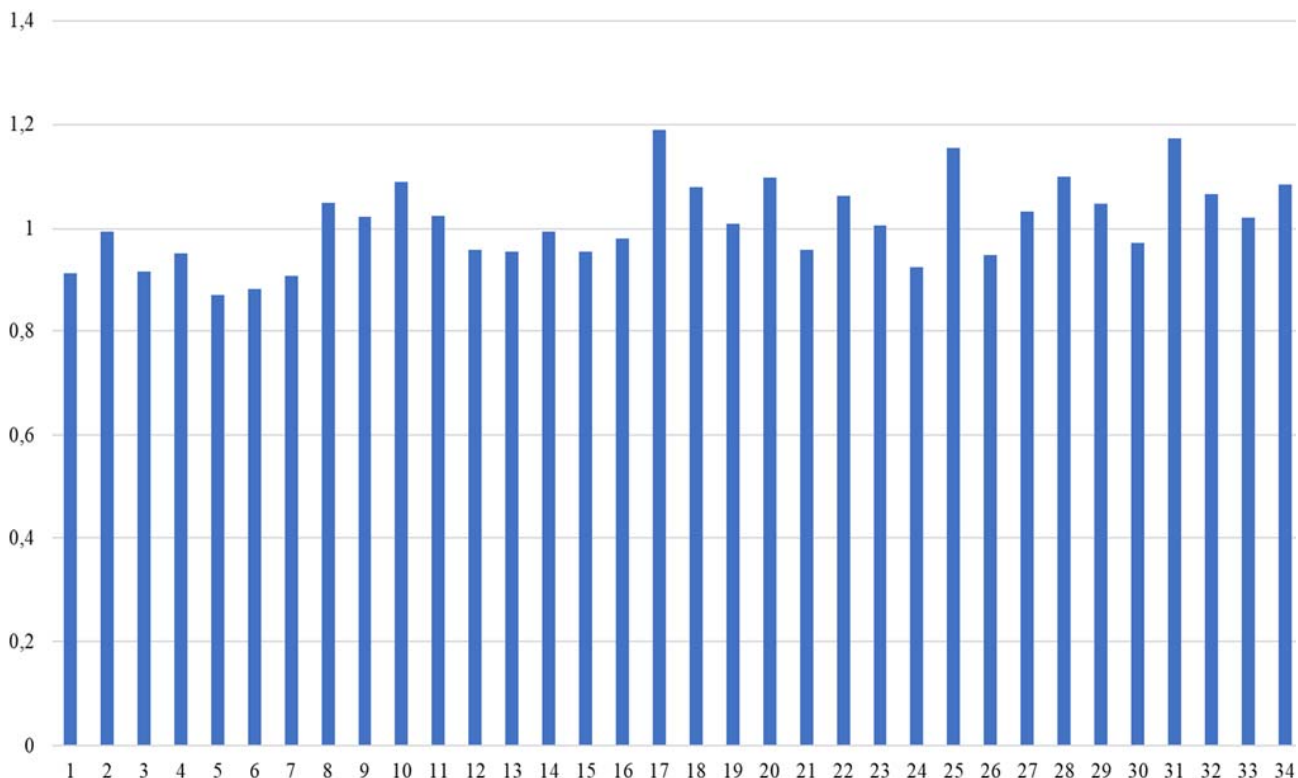


Рис. 2. Кількість зайнятих осіб у суб'єктах господарювання

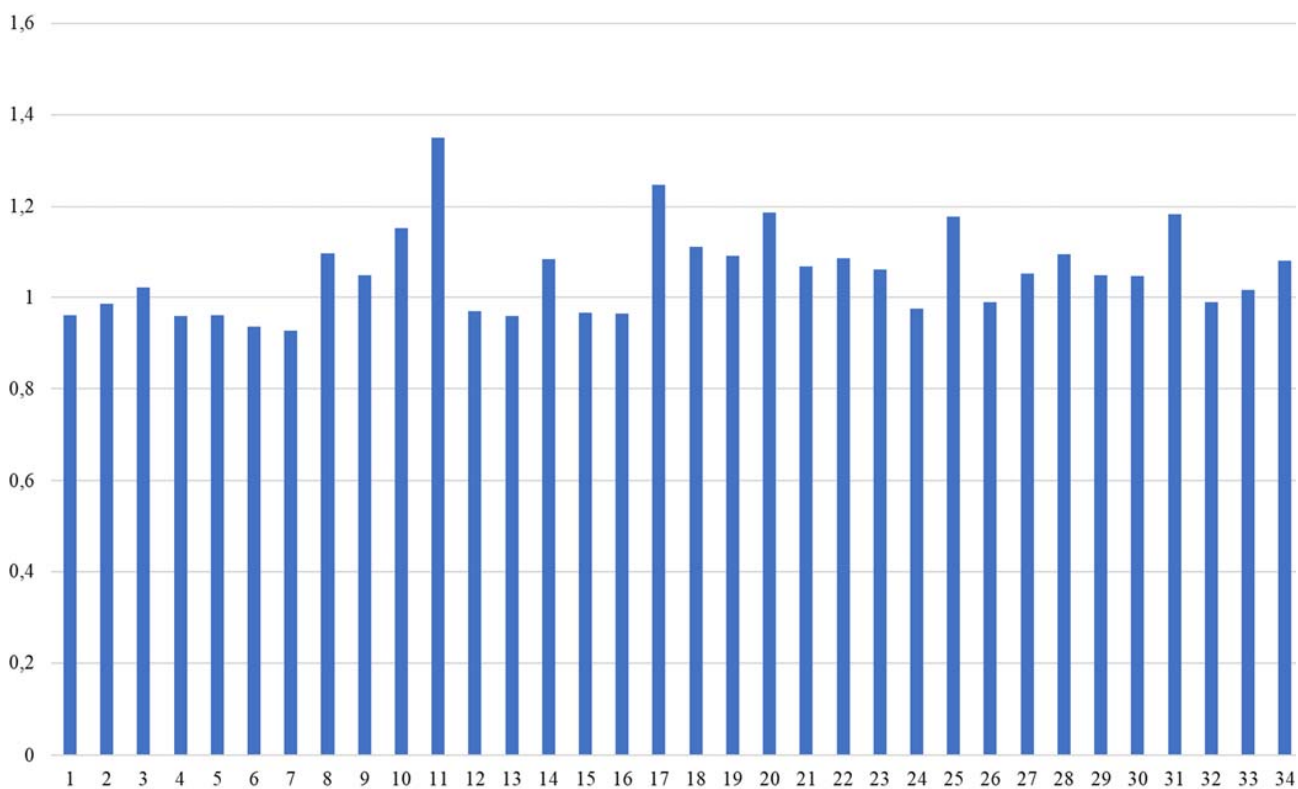


Рис. 3. Кількість діючих суб'єктів господарювання

Так, найбільша кількість суб'єктів за такими видами діяльності, як: компонування кіно- та відео-фільмів, телевізійних програм, комп'ютерне програмування, спеціалізована діяльність із дизайну, індивідуальна мистецька діяльність, функціонування музеїв.

На рис. 4 наведено середньорічні темпи росту за показником обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) у суб'єктів господарювання.

Найшвидше реалізується продукція за такими видами діяльності: індивідуальна мистецька діяльність, комп'ютерне програмування та видання комп'ютерних ігор. Наступними йде група: функціонування бібліотек і архівів, освіта у сфері культури, спеціалізована діяльність із дизайну, виробництво кіно- та відео-фільмів, телевізійних програм та компонування кіно- та відео-фільмів, телевізійних програм.

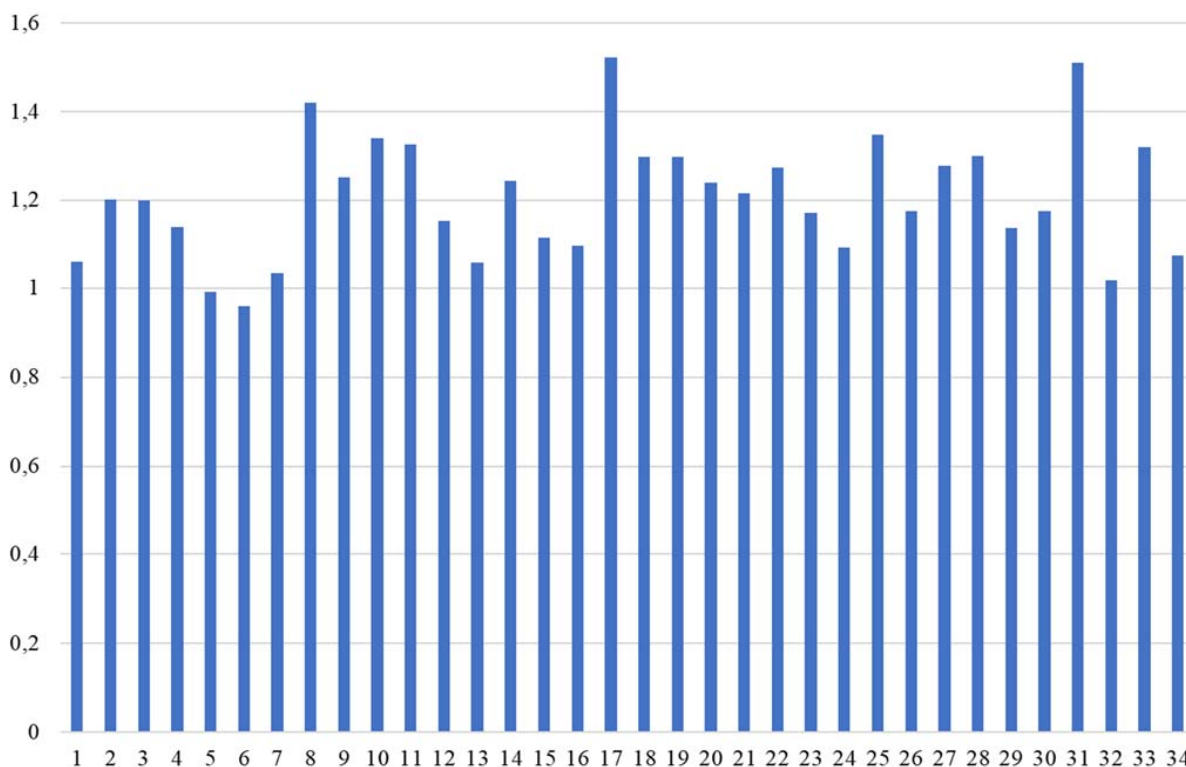


Рис. 4. Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) у суб'єктів господарювання

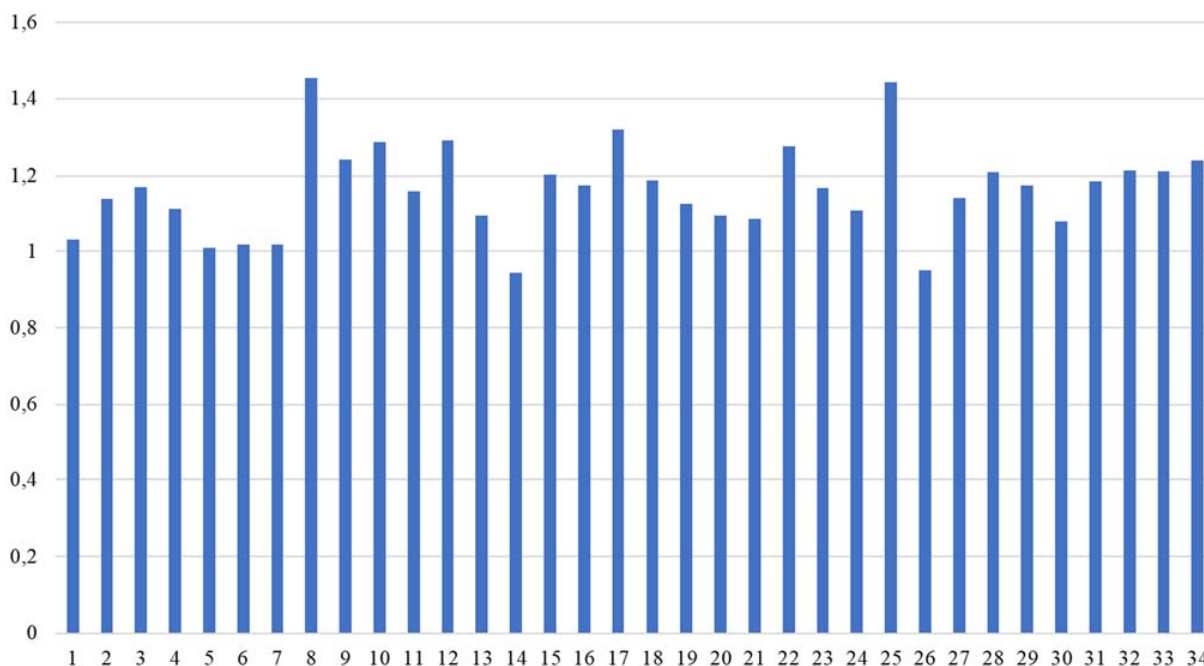


Рис. 5. Витрати на персонал суб'єктів господарювання

На рис. 5 наведено середньорічні темпи росту за показником витрати на персонал суб'єктів господарювання

Отже, найбільші витрати на персонал у таких видах економічної діяльності: спеціалізована діяльність із дизайну, дослідження і експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук та видання комп'ютерних ігор. Далій йдуть функціонування музеїв, виробництво та розповсюдження кіно- та відео-фільмів, телевізійних програм і видання іншого програмного забезпечення.

**Висновки з проведеного дослідження.** Таким чином, проведене маркетингове дослідження дозволило визначити види економічної діяльності, які, за умови збереження наявної тенденції розвитку, можуть бути драйверами для розвитку території. Позитивна динаміка, що супроводжує їх розвитку у продовж періоду дослідження (2013–2020 рр.) дозволяє зробити висновок її збереження й у наступні роки. Це дозволить перенести дослідження на певні території, які у післявоєнний період потребуватимуть відновлення та ребрендингу. Використовуючи на інструментарій територіального маркетингу можливо підтримувати та розвивати бренд території через креативні індустрії.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Державна служба статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 4.08.2022).
2. IT-індустрія дбає про країну, Bjet дбає про IT. URL: <https://itcluster.lviv.ua/industry-cares-country-bjet-cares/?fbclid=IwAR3PkA3EUZuhg0cR8syF68g9sgoAGFBqX5AQpzVbl5lBB7rO5hkULz9Jg0A> (дата звернення: 4.08.2022).
3. Огляд статистичних показників креативних індустрій за 2020 рік / Міністерство культури та інформаційної політики України. URL: <https://mkip.gov.ua/news/6555.html> (дата звернення: 4.08.2022).
4. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України / О. Ніколаєва та ін. URL: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf> (дата звернення: 4.08.2022).
5. Основні економічні показники креативних індустрій в Україні: статистичний огляд 2021 рік / Міністерство культури та інформаційної політики України. URL: <https://drive.google.com/file/d/1TLdYp1sPQXJjSeJYgc0x5uMTFehDCnoX/view> (дата звернення: 4.08.2022).
6. Офіційний сайт ЮНЕСКО. URL: <https://www.unesco.org/en/articles/creative-economy-and-its-role-building-back-better-inclusive-and-peaceful-societies> (дата звернення: 4.08.2022).
7. Розпорядження КМУ від 24 квітня 2019 р. № 265-р. Про затвердження видів економічної діяль-

ності, які належать до креативних індустрій. Урядовий портал. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhnoyi-diyalnosti-yaki-nalezhat-do-kreativnih-industrii> (дата звернення: 4.08.2022).

8. Edinburgh Business School. URL: <https://britishmba.in.ua/pid-chas-viiny-marketynhstaie-poverkhnevym-i-smikhovynnym-ale> (дата звернення: 4.08.2022).

#### REFERENCES:

1. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <https://ukrstat.gov.ua> (accessed 04 August 2022).
2. IT-industriya dbaye pro krayinu, Bjet dbaye pro IT [IT industry cares about the country, Bjet cares about IT]. Available at: <https://itcluster.lviv.ua/industry-cares-country-bjet-cares/?fbclid=IwAR3PkA3EUZuhg0cR8syF68g9sgoAGFBqX5AQpzVbl5lBB7rO5hkULz9Jg0A> (accessed 04 August 2022).
3. Ohlyad statystychnykh pokaznykiv kreatyvnykh industriy za 2020 rik [Review of statistical indicators of creative industries for 2020]. Ministerstvo kultury ta informatsiyanoi polityky Ukrainy. Available at: <https://mkip.gov.ua/news/6555.html> (accessed 04 August 2022).
4. Kreatyvni industriyi: vplyv na rozvytok ekonomiky Ukrainy [Creative industries: influence on the development of the economy of Ukraine]. Available at: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf> (accessed 04 August 2022).
5. Osnovni ekonomichni pokaznyky kreatyvnykh industriy v Ukraini: statystychnyy ohlyad 2021 rik [Main economic indicators of creative industries in Ukraine: statistical review 2021]. Ministerstvo kultury ta informatsiyanoi polityky Ukrainy. Available at: <https://drive.google.com/file/d/1TLdYp1sPQXJjSeJYgc0x5uMTFehDCnoX/view> (accessed 04 August 2022).
6. Ofitsiyyny sayt YUNESKO [Official website of UNESCO]. Available at: <https://www.unesco.org/en/articles/creative-economy-and-its-role-building-back-better-inclusive-and-peaceful-societies> (accessed 04 August 2022).
7. Rozporyadzhennya KМУ vid 24 kvitnya 2019 r. № 265-r. Pro zatverdzhennya vydiv ekonomichnoyi diyal'nosti, yaki nalezhat' do kreatyvnykh industriy [Decree of the CMU dated April 24, 2019 No. 265 On approval of types of economic activity that belong to creative industries]. Uryadovyy portal. Yedynyy veb-portal orhaniv vykonavchoyi vlady Ukrainy. Available at: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhnoyi-diyalnosti-yaki-nalezhat-do-kreativnih-industrii> (accessed 04 August 2022).
8. Edinburgh Business School. Available at: <https://britishmba.in.ua/pid-chas-viiny-marketynhstaie-poverkhnevym-i-smikhovynnym-ale/> (accessed 04 August 2022).