

Череп О.Г.

доктор економічних наук, професор,
Запорізький національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3098-0105>

Маркова С.В.

доктор економічних наук, професор,
Запорізький національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0675-0235>

Наumenko Є.В.

аспірант,
Запорізький національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-9111-8617>

Cherep Oleksandr, Markova Svitlana, Naumenko Yevhen
Zaporizhzhya National University

РОЛЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE DEVELOPMENT OF THE CREATIVE ECONOMY

Досліджено роль штучного інтелекту (ШІ) в розвитку креативної економіки. Проаналізовано актуальні наукові джерела і світові звіти щодо впливу ШІ на креативні індустрії. Сформовано оригінальну концептуальну модель використання ШІ для посилення людської творчості і підвищення ефективності у зазначених галузях. Представлені результати підтверджують, що інтеграція ШІ здатна підвищити продуктивність і інноваційність креативних індустрій (наприклад, час на підготовку медіаконтенту скоротився з 1 години до 10 хвилин завдяки ШІ-інструментам). Розроблено практичні рекомендації для України та країн ЄС щодо впровадження ШІ в креативні сектори, з урахуванням етичних норм і потреб професійної перепідготовки кадрів. Вперше запропоновано комплексну модель впливу ШІ на креативну економіку України, а також наведено доказ ефективності запропонованих рішень на основі аналізу кейсів та літературних даних. Зроблено висновок, що розумне застосування ШІ прискорює розвиток креативної економіки, розширюючи можливості професійної діяльності, і може стати одним з драйверів інноваційного зростання як в Україні, так і в країнах ЄС.

Ключові слова: креативна економіка, штучний інтелект, креативні індустрії, маркетинг, освіта, медіа, професійна діяльність, генеративний ШІ, інновації.

The role of artificial intelligence (AI) in the development of the creative economy and expanding professional opportunities was investigated, with a special focus on the areas of marketing, education and media. Current scientific sources and world reports on the impact of AI on the creative industries were analyzed. An original conceptual model of using AI to enhance human creativity and increase efficiency in these industries was formed. The presented results confirm that the integration of AI is able to increase the productivity and innovativeness of the creative industries (for example, the time for preparing media content was reduced from 1 hour to 10 minutes thanks to AI tools). Practical recommendations for Ukraine and EU countries on the implementation of AI in creative sectors, taking into account ethical norms and the needs of professional retraining of personnel, have been developed. For the first time, a comprehensive model of the impact of AI on the creative economy of Ukraine has been proposed, and proof of the effectiveness of the proposed solutions based on the analysis of cases and literary data has been provided. It is concluded that the intelligent use of AI accelerates the development of the creative economy, expanding the possibilities of professional activity, and can become one of the drivers of innovative growth both in Ukraine and in EU countries. The purpose of the article is to explore how artificial intelligence can contribute to the development of the creative economy of Ukraine (and other EU countries), as well as to offer new models and practical solutions for the effective implementation of AI in these areas. The following research methods were used to solve the tasks: Modeling method – to build the author's conceptual model of AI integration into the development of the creative economy. The model was created on the basis of a generalization of the results of the literature review and the identified trends. First, the key elements were identified: technological capabilities of AI (automation, content generation, analytics), main areas of application (marketing, education, media) and target results (economic growth, new jobs, innovation, human capital enhancement). Next, logical connections between these elements are established and they are formalized in the form of a structural diagram. Expert evaluation (heuristic method) – during the interpretation of the model and the formation of recommendations, the

opinions of experts expressed in the literature and analytical reviews are taken into account (in particular, the positions of WEF, UNESCO, EU specialists on the prospects and risks of AI in the cultural and creative sector). This helped balance the proposals in terms of realism and possible limitations.

Keywords: *creative economy, artificial intelligence, creative industries, marketing, education, media, professional activity, generative III, innovation.*

Постановка проблеми. Креативна економіка відіграє дедалі більшу роль у глобальному розвитку, поєднуючи культурні, інформаційні та інноваційні сектори. Її головним ресурсом є інтелектуальний і емоційний капітал – талант, знання, креативні ідеї, що перетворюються на економічну цінність. На відміну від традиційної економіки, де переважають матеріальні фактори виробництва, у креативній економіці ключовими є знання, інформація та інновації, а творчість виступає рушієм інноваційних змін. «Сировиною» креативної економіки є людський талант, здатний генерувати оригінальні ідеї та перетворювати їх на продукти і послуги. Для України розвиток креативної економіки набуває стратегічного значення, особливо у контексті післявоєнної відбудови та переходу до інноваційної моделі зростання. За останніми дослідженнями, частка креативної економіки України оцінюється в межах 3–7 % ВВП, тоді як її потенціал перевищує 10 % ВВП. Наприклад, за даними 2017 р., внесок креативних індустрій України у ВВП складав ~3,5 %, а частка зайнятості – лише ~1,9 %. Це свідчить про значний простір для зростання, адже глобально частка творчого сектора часто вища за 5 %. В країнах ЄС креативні індустрії розглядаються як важливий драйвер економіки знань і підтримуються на політичному рівні через програми на кшталт Creative Europe. Для України важливо не відставати: інтеграція до європейського простору вимагає розвитку власного креативного потенціалу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проведений аналіз наукових публікацій і звітів показав, що тема впливу ІІІ на креативні індустрії активно обговорюється в останні роки. Традиційно вважалося, що креативність – унікальна людська здатність, яку неможливо алгоритмізувати. Проте розвиток ІІІ-технологій, зокрема генеративних нейромереж, змусив науковців переосмислити межі автоматизації творчості. Даною тематикою займалися науковці: Айссані Р., Абдалла Р. А., Таха С., Аль Адван М. Н. [1], Денчева В. [2], Хабіб С., Фогель Т., Анлі Х., і Торн Е. [3], Лі Х. К. [4], Мойсеєнко І. [5], Назаренко В. [6], Скавронська І. В. [7], Олейнікова Л. Г., Савенко Д. М. [8], Череп А. В. [9, 10], Черепа О. Г. [9], Гельман В. М. [9], Огренич Ю. О. [10], Дашко І. М. [10]. Але не вирішеними залишаються питання щодо визначення впливу ролі штучного інтелекту у розвитку галузей креативної економіки.

Мета статті: дослідити, як штучний інтелект може сприяти розвитку креативної економіки України

(та інших країн ЄС), а також запропонувати нові моделі і практичні рішення для ефективного впровадження ІІІ у ці сфери. Тож, для досягнення повсякденної мети, ми визначили завдання, а саме:

- діагностувати поточну ситуацію в Україні у контексті впровадження ІІІ в креативні індустрії, зіставити її з практиками та показниками провідних країн ЄС; виявити наявні бар'єри та можливості для прискорення цифрової трансформації творчих сфер;
- розробити концептуальну модель інтеграції штучного інтелекту у розвиток креативної економіки, що відображає взаємозв'язки між технологічними можливостями ІІІ, ключовими галузями (маркетинг, освіта, медіа) та очікуваними результатами у вигляді економічного зростання і розширення професійних можливостей;

- оцінити ефективність запропонованої моделі на основі якісного аналізу та прикладів: продемонструвати, яким чином застосування ІІІ вже призводить до підвищення продуктивності, появи нових послуг чи ролей у творчих професіях; обґрунтувати, що впровадження моделі сприятиме досягненню показників розвитку (наприклад, зростанню частки креативного сектора в ВВП, збільшенню зайнятості тощо).

Виклад основного матеріалу. Концепція креативної економіки була введена на початку ХХІ ст. для опису сукупності галузей, де основним ресурсом є творчий потенціал людини (мистецтво, дизайн, культура, медіа, рекламний бізнес, ІТ-послуги тощо). Дослідники відзначають, що креативна економіка поєднує риси інформаційної, інноваційної та мережевої економік. Її розвиток тісно пов'язаний з концентрацією знань, поширенням інтернету та зростанням ролі людського капіталу. Головна відмінність від традиційної економіки полягає в тому, що в креативній економіці творчий продукт і інтелектуальна власність стають визначальними цінностями.

Україна має суттєвий творчий потенціал: до війни спостерігалось зростання креативних індустрій, проводилися державні форуми Україна (Creative Ukraine з 2017 р. та ін.), розроблялися стратегії розвитку сектора [1]. За дослідженнями І. Моїсеєнко (2022), сучасна модель креативної економіки України потребує доповнення компонентом розвитку творчого людського потенціалу [2]. Статистичний аналіз діяльності креативних сфер в Україні вказує на наявність проблем у їх формуванні та реалізації потенціалу. Водночас порівняння з країнами ЄС (зокрема Польщею) показує схожість умов і можливість

перейняття успішного досвіду. Дослідники наголошують, що нарощування частки креативної економіки в ВВП створює позитивний макроекономічний ефект – нові робочі місця, інновації, конкурентні переваги країни. Так, згідно з оцінками, збільшення частки креативного сектора України до понад 10 % ВВП здатне забезпечити системне економічне зростання. Отже, посилення креативної економіки є пріоритетним напрямом, і впровадження ШІ може стати одним із каталізаторів цього процесу.

Тож вважаємо, що штучний інтелект має значний позитивний вплив на ефективність, продуктивність і масштаби креативних індустрій – від маркетингу до освіти і медіа. Він сприяє появі нових продуктів і послуг, демократизує творчі можливості, підвищує конкурентоспроможність економіки знань. Водночас існують ризики, пов'язані з етикою, культурними цінностями та ринком праці творчих професій. Проблемним залишається питання: як максимізувати вигоди від впровадження ШІ у креативну економіку та мінімізувати потенційні втрати? Дотепер бракує комплексних досліджень, присвячених саме цій проблемі

у контексті України. Необхідно врахувати специфіку країни – рівень розвитку її креативних індустрій, стан цифрової інфраструктури, людський капітал, євроінтеграційні прагнення. Постає наукове завдання – розробити цілісну модель інтеграції ШІ в креативну економіку, що об'єднає ключові сфери (маркетинг, освіту, медіа), і оцінити вплив таких інтеграцій на зростання економічних показників та професійні можливості. Розв'язання цього завдання матиме не лише теоретичне, а й практичне значення: воно дозволить сформулювати рекомендації для бізнесу, освітніх установ і органів влади щодо ефективного використання ШІ задля розвитку творчого потенціалу країни. Саме на вирішення окресленої проблеми спрямоване дане дослідження – його мету, задачі та методи представлено далі.

Пропонуємо концептуальну модель інтеграції технологій штучного інтелекту в розвиток креативної економіки (рис. 1).

Модель відображає взаємодію між можливостями ШІ, ключовими секторами креативної діяльності та сукупними результатами для економіки і суспільства.

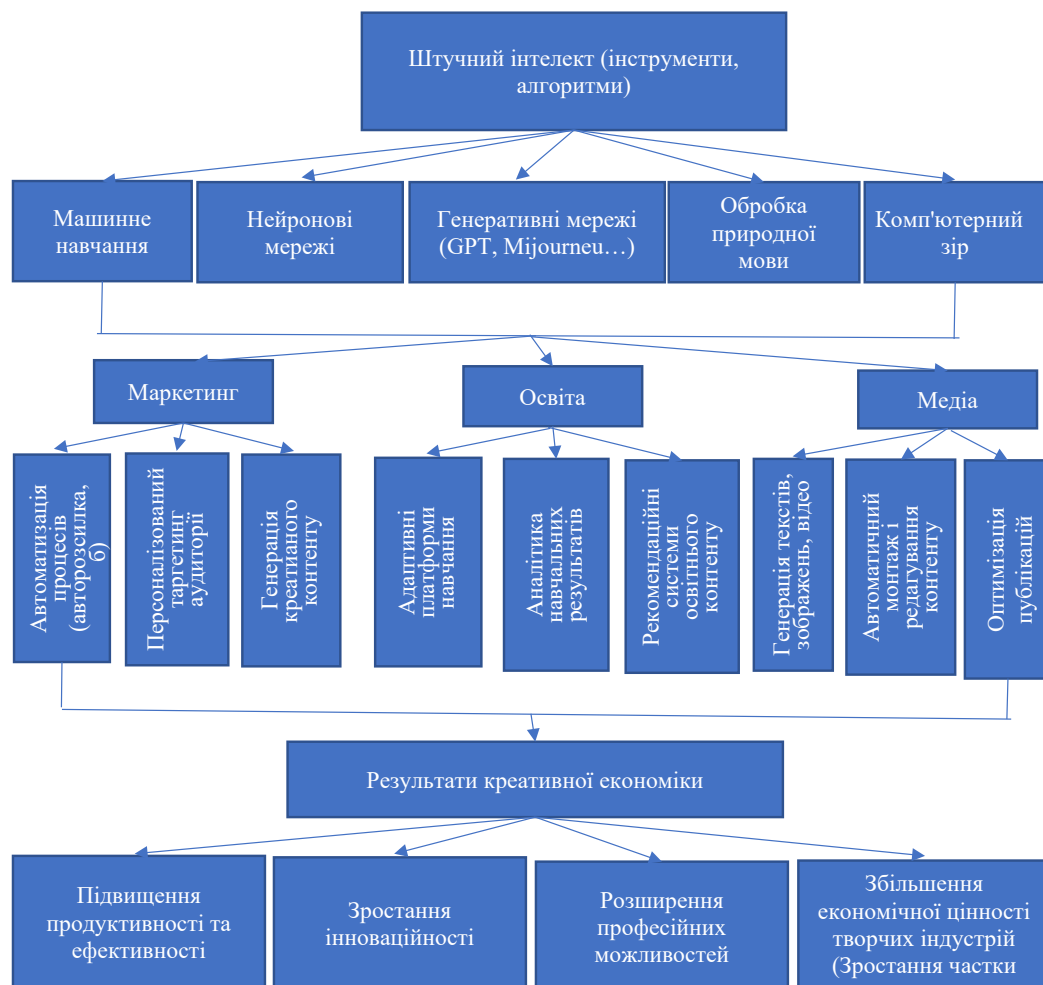


Рис. 1. Концептуальна модель впливу ШІ на креативну економіку

Джерело: розроблено авторами

З точки зору якості, ШІ-аналітика здатна виявляти теми, що цікавлять аудиторію, через аналіз big data із соцмереж – це спрямовує журналістів у підготовці більш релевантних матеріалів. Дослідження Аїссані та співавт. (2023) підтвердило, що впровадження ШІ не призводить до скорочення штатів журналістів, а навпаки – піднімає планку вимог до їх компетенцій і створює запит на нові ролі (фахівців з даних, менеджерів по роботі з ШІ-контентом). Це узгоджується з нашою моделлю: технології ШІ ведуть до розширення професійних можливостей, адже виникають напрямки, де людина разом з машиною досягає результату, неможливого досі. Зокрема, в медіа вже з'явився жанр матеріалів, що створюються у співтворчості журналіста і ШІ (наприклад, репортаж, доповнений автоматично згенерованою інфографікою чи перекладений на жестову мову аватаром на основі ШІ).

Підсумовуючи дискусію, слід зазначити, що результати роботи підтверджують гіпотезу про позитивний вплив ШІ на розвиток креативної економіки за умов свідомого і відповідального впровадження.

Висновки. Проведене дослідження дозволяє сформулювати ряд узагальнень і підсумкових висновків щодо ролі штучного інтелекту у розвитку креативної економіки та розширенні можливостей професійної діяльності.

Аналіз літератури і практики показав, що ШІ-технології уже сьогодні суттєво впливають на всі стадії творчого виробництва – від генерації ідей до

доставки продукту споживачеві. Генеративні моделі відкривають новий простір для творчості, дозволяючи створювати контент швидше і в більших масштабах. Натомість аналітичні алгоритми дають змогу глибше розуміти аудиторію та ефективніше монетизувати творчі продукти. Це переводить креативні індустрії на новий рівень ефективності та інноваційності.

Авторська концептуальна модель (Маркетинг + Освіта + Медіа вплив Зростання креативної економіки), розроблена в дослідженні, підтвердила свою релевантність. Модель продемонструвала, що поєднання технологічних можливостей ШІ з людською творчістю у кількох взаємопов'язаних сферах створює кумулятивний позитивний ефект для економічного розвитку. Результати аналізу кейсів та літератури повністю узгоджуються з логікою моделі: зростання продуктивності на мікрорівні (в компаніях, закладах) транлюється у макрорівневі вигоди – збільшення частки креативного сектору у ВВП, створення нових робочих місць, підвищення конкурентоспроможності країни. Таким чином, модель може бути використана як інструмент для стратегічного планування – вона вказує, які точки прикладання зусиль (сектори, технології) принесуть найбільший ефект для зміцнення креативної економіки.

Запропонована модель демонструє логіку цього впливу та може бути використана як основа для стратегічного планування – як на рівні окремих організацій, так і на рівні державної політики.

Список літератури:

1. Aissani R., Abdallah R. A., Taha S., & Al Adwan M. N. *Artificial Intelligence Tools in Media and Journalism: Roles and Concerns*. In Proc. of 2023 Int. Conf. on Multimedia Computing, Networking and Applications (MCNA 2023). URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2025.2495693?af=R>
2. Dencheva V. *AI in marketing revenue worldwide 2020–2028* (Statista Report, Jan 6 2023). URL: <https://statista.com/statistics/1293758/ai-marketing-revenue-worldwide/#:~:text=In%202021%2C%20the%20market%20for,than%20107.5%20billion%20by%202028>
3. Habib S., Vogel T., Anli X., & Thorne E. How does generative artificial intelligence impact student creativity? *Journal of Creativity*, 2024, 34(1), 100072. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2713374523000316>
4. Lee H. K. Rethinking creativity: creative industries, AI and everyday creativity. *Media, Culture & Society*, 2022, 44(3), 587–595. URL: https://kclpure.kcl.ac.uk/ws/portalfiles/portal/170050520/Rethinking_creativity_creative_industries_LEE_Published_online_7_Mar_2022_Gold_VoR_CC_BY_.pdf
5. Moiseienko I. Using the potential of the creative economy to restore Ukraine. *International Journal of Management and Economics*, 2022, 58(4), 381–392. <https://doi.org/10.2478/ijme-2022-0022>.
6. Nazarenko V. *New era is here: How AI transforms creative professions*. RBC-Ukraine, 25 Nov 2024. URL: <https://newsukraine.rbc.ua/news/new-era-is-here-how-ai-transforms-creative-1732540751.html>
7. Skavronska I. V. Creative Industries in Ukraine: Analysis and Prospects of the Development. *Economics and Sociology*, 2017, 10(2), 87–106. DOI: 10.14254/2071-789X.2017/10-2/7. URL: https://www.economics-sociology.eu/files/11_413_Skavronska.pdf
8. Oleynikova L. G., Savenko D. M., Kolisnyk K. A. Digitalization of business processes: experience of European countries: section in the monograph. *Socio-humanitarian and technical technological explorations of modern science : collective monograph* / Compiled by V. Shpak; Chairman of the Editorial Board S. Tabachnikov. Sherman Oaks, California : GS Publishing Services, 2023. P. 95–100. URL: https://www.eo.kiev.ua/resources/arhivMonographs/Mono_15/Mono_15.pdf
9. Cherep A. V., Cherep O. G., Gelman V. M., Loseva E. S. European vectors of digitalization of the economy for ensuring the national security of the state. *Young scientist*. 2023. № 11 (123). URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/5951>

10. Cherep A., Dashko I., Ohrenych Yu. Theoretical and methodological bases of formation of the concept of ensuring socioeconomic security of enterprises in the context of digitalisation of business processes. *Baltic Journal of Economic Studies*. Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2024. Vol. 10, No. 1. P. 237–246. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/2331/2330>
11. Women in News (WIN). (2025). *The Age of AI in the Newsroom: How Media Houses are Shaping the Future of Journalism* (WIN Report, 12 May 2025). URL: <https://womeninnews.org/2025/05/the-age-of-ai-in-the-newsroom-how-media-houses-are-shaping-the-future-of-journalism-from-azerbaijan-and-jordan-to-kenya-and-ukraine/>
12. Renda A., Balland P.-A., Praas R. & Grabova O. (2024). *Mapping the use of artificial intelligence in priority sectors and the competitiveness of Ukraine*. CEPS Project Report, Aug 2024. URL: https://hub.unido.org/sites/default/files/publications/AI_Ukraine.pdf
13. Goldman Sachs (2023). *The Potentially Large Effects of Artificial Intelligence on Economic Growth* – cited in RBC-Ukraine. URL: <https://www.gspublishing.com/content/research/en/reports/2023/03/27/d64e052b-0f6e-45d7-967b-d7be35fabd16.html>

Стаття надійшла: 05.10.2025

Стаття прийнята: 23.10.2025

Стаття опублікована: 14.11.2025