

¹Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне

²Ізмаїльський державний гуманітарний університет, м. Ізмаїл

МЕТОДИ ОЦІНКИ МУЛЬТИПЛІКАТИВНОГО ЕФЕКТУ КРЕАТИВНОГО ІМПЕРАТИВУ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

У результаті проведеного дослідження розроблено методику оцінювання мультиплікативного ефекту креативного імперативу в національній економіці України з використанням міжгалузевого балансового підходу та інтегрального індексу креативного мультиплікатора (ІКМ). Проаналізовано теоретичні основи функціонування креативної економіки як рушія сталого економічного розвитку, а також досвід її статистичної оцінки на рівні країн-членів Організації економічного співробітництва та розвитку. Визначено, що найбільшу мультиплікативну віддачу демонструє сектор інформаційних технологій, де значення ІКМ становить 1,66, що співставне з відповідними показниками країн ОЕСР (1,8–2,4). Це свідчить про високий рівень економічної інтеграції ІТ-галузі в національну економіку та її здатність генерувати ефекти у суміжних секторах. Оцінено часткові мультиплікатори за трьома параметрами: приріст валового внутрішнього продукту, зайнятості та експорту. Представлено результати порівняльного аналізу, що дозволяють сформулювати аналітичну основу для стратегічного планування розвитку креативних індустрій в Україні.

Ключові слова: креативна економіка; мультиплікативний ефект; міжгалузевий баланс; інтегральний індекс креативного мультиплікатора; креативні індустрії; інформаційні технології; економічна інтеграція.

Актуальність теми. Креативний імператив поступово утверджується як ключовий чинник економічного зростання в умовах глобалізації знань, цифровізації та посилення ролі інтелектуального капіталу. Він визначає стратегічну орієнтацію на системне впровадження творчості, інновацій та ідей у виробничо-економічні процеси, забезпечуючи тим самим мультиплікативний ефект у

138

суміжних секторах національної економіки. Зокрема, креативні індустрії, будучи інституційним проявом дії цього імперативу, демонструють стійку динаміку зростання. В Україні у 2020 році креативні індустрії забезпечили 4,2% валової доданої вартості (приблизно 132,4 млрд грн) національної економіки [1].

Однак, попри помітну соціоекономічну значущість, інституційні інструменти та аналітичні методики оцінювання креативного ефекту залишаються фрагментарними й недостатньо адаптованими до реалій української економіки. Зокрема, актуальною проблемою є відсутність уніфікованих моделей для кількісної оцінки мультиплікативного ефекту, що генерується креативним імперативом у національному господарстві. Це створює як аналітичну, так і практико-управлінську прогалину, що ускладнює формування ефективної державної політики у сфері підтримки креативних індустрій. Таким чином, виникає потреба в розробці інструментарію, який дозволив би верифікувати вплив креативного імперативу на макроекономічні показники та спрогнозувати ефект від цільових інвестицій у відповідні галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останніми роками креативна економіка дедалі частіше розглядається як ключовий фактор довгострокового зростання в умовах цифровізації, діджиталізації зайнятості та посилення ролі інтелектуального капіталу.

У вітчизняному науковому середовищі значну увагу ролі креативного сектору в забезпеченні соціально-економічного зростання приділяють Кукса І. М. та Петухова Т. О., які аналізують взаємозв'язок між креативністю, зайнятістю та доходами, акцентуючи на мультисекторальному потенціалі розвитку відповідних індустрій в Україні [2]. Теоретичні підходи до визначення сутності креативної економіки як інноваційного утворення, що функціонує на засадах знань, творчості та міждисциплінарної взаємодії, системно розкрито у роботі Самійленко Г. М., яка підкреслює значущість цього феномену в умовах переходу до нової економіки [3]. Каленюк І. С. та Кузнецова Н. Б. у своїй праці розглядають креативні індустрії через призму інноваційного процесу, наголошуючи на їхній здатності генерувати додану вартість, формувати експортний потенціал і посилювати адаптивність регіональних економік до глобальних трансформацій [4].

У контексті кількісної оцінки креативного ефекту заслуговують на увагу результати дослідження Київської школи економіки (KSE), де застосовано інструментарій міжгалузевого балансу та мультиплікаторного аналізу для обрахунку економічного впливу креативних індустрій у національній економіці України [5].

На міжнародному рівні методичні підходи до вимірювання мультиплікативного ефекту креативної економіки розробляються в рамках програм Всесвітньої організації інтелектуальної власності, які містять методику оцінювання внеску креативних індустрій на основі моделі Creative Economy Data Model, що враховує економічні, соціальні та культурні показники. Для аналізу використовуються прямі, непрямі та індуковані мультиплікатори, які обчислюються на основі таблиць міжгалузевого балансу, рівня зайнятості, ВВП та експорту [6]. Крім того, у дослідженні Gutierrez-Posada та ін. проаналізовано просторовий економічний вплив творчих кластерів у Великій Британії, що продемонструвало позитивний, хоча й варіативний ефект креативного сектору на локальні економіки [7].

Отже, аналіз наукових джерел свідчить про зростання уваги до інструментів оцінки креативного ефекту та необхідність адаптації мультиплікаторних моделей до особливостей національних економік. Це створює обґрунтовану основу для розроблення у цій статті методики оцінки мультиплікативного ефекту креативного імперативу з урахуванням українського контексту.

Постановка завдання. Метою дослідження є розроблення комплексної методики кількісної оцінки мультиплікативного ефекту креативного імперативу як ключового чинника економічного зростання в умовах постіндустріальної трансформації. Така методика має враховувати системну взаємодію між креативними індустріями та суміжними секторами, відображати прямі, непрямі та індуковані економічні ефекти, а також дозволяти визначати інтегральний внесок креативного сектору у формування валового внутрішнього продукту, зайнятості та експортного потенціалу. Апробація розробленого підходу здійснюється на прикладі національної економіки України з урахуванням її структурних особливостей, цифрової динаміки, інституційного середовища та доступності статистичних даних.

Викладення основного матеріалу. У сучасній науковій парадигмі поняття «креативного імперативу» розглядається як системна, внутрішньо обумовлена вимога економіки до постійного залучення творчості, інтелектуального капіталу та інновацій у всі сфери суспільного відтворення. Цей імператив виражає необхідність

переорієнтації економічних систем на джерела нематеріального походження, де основною продуктивною силою виступає знання, а ключовою рушійною силою – креативність людини. Концепція креативного імперативу знаходить своє емпіричне втілення в розвитку креативних індустрій, які здатні генерувати мультиплікативний ефект через крос-секторальну взаємодію, інноваційне оновлення ринку праці та розширення культурного простору суспільства [4].

Методологічне підґрунтя дослідження впливу креативного імперативу на економічний розвиток базується на класичній кейнсіанській теорії мультиплікатора, відповідно до якої первинне зростання витрат або інвестицій у певному секторі (зокрема креативному) спричиняє багаторазове збільшення сукупного попиту й валового продукту [8]. При цьому мультиплікативний ефект поділяється на прямий, непрямий та індукований. Прямий ефект характеризується приростом економічних показників безпосередньо в креативному секторі, непрямий – через зміни у суміжних галузях, тоді як індукований формується за рахунок зростання споживчого попиту, зумовленого підвищенням доходів працівників у відповідних секторах.

Поглиблення аналітичних можливостей забезпечується застосуванням моделей загальної рівноваги (Computable General Equilibrium – CGE), які дозволяють моделювати структурні зрушення в економіці під впливом зовнішніх або внутрішніх шоків. CGE-моделі базуються на таблицях міжгалузевого балансу, що дає змогу відстежити міжсекторні зв'язки та кількісно оцінити вплив креативних індустрій на валовий продукт, зайнятість, інвестиції та експорт [9].

На нашу думку, для аналізу креативного імперативу як складного соціоекономічного явища доцільно застосовувати комплексний, міждисциплінарний підхід, що поєднує інструментарій кейнсіанської мультиплікації, інституціональної економіки та обчислюваного моделювання загальної рівноваги. Такий підхід дозволяє врахувати як кількісні показники (ВВП, зайнятість, експорт), так і якісні характеристики, пов'язані з інноваційною активністю, інтелектуальною мобільністю, культурним капіталом тощо. Отже, сформована теоретико-методологічна база є підґрунтям для подальшої розробки моделі оцінки мультиплікативного ефекту креативного імперативу в умовах української економіки.

Креативні індустрії в сучасних умовах трансформації економіки України посідають дедалі важливіше місце як джерело інноваційного зростання, зайнятості та експорту. За даними досліджень, у 2020 році обсяг валової доданої вартості, сформованої креативними індустріями, становив приблизно 132,4 млрд грн, що еквівалентно 4,2% від ВВП країни. Водночас частка сектору інформаційних технологій у загальній структурі креативного виробництва перевищувала 54% [10]. Така концентрація інноваційної активності в ІТ-секторі зумовлює не лише його економічну результативність, але й здатність генерувати позитивні зовнішні ефекти у суміжних галузях.

Окремої уваги заслуговує динаміка зайнятості у креативних індустріях: у період 2013–2020 років вона зросла на понад 40%, що свідчить про зростаючу привабливість цього сектору для висококваліфікованої робочої сили, особливо молоді з цифровими та культурно-креативними компетенціями [11]. Таке зростання супроводжується поглибленням крос-секторальної взаємодії: мультиплікативний вплив креативних індустрій поширюється на туризм, освіту, дизайн, культуру, цифрові сервіси, рекламу та навіть промислове виробництво.

На міжнародному рівні ефективність креативних індустрій дедалі частіше оцінюється за допомогою міжгалузевих моделей витрат – випуску, які дозволяють кількісно визначити мультиплікативні коефіцієнти. Згідно з розрахунками, проведеними за методикою Організації економічного співробітництва та розвитку, значення мультиплікатора для креативних індустрій в українських умовах коливається в межах 1,9–2,2, що є цілком співставним із показниками розвинених країн [11]. На нашу думку, ці емпіричні дані підтверджують наявність потужного економічного потенціалу у сфері креативної економіки та обґрунтовують необхідність подальшої інституційної та фінансової підтримки цього сегменту.

Одним із поширених методів кількісної оцінки економічного впливу креативних індустрій є індикативний підхід, що базується на аналізі базових макроекономічних індикаторів – валового внутрішнього продукту (ВВП), рівня зайнятості, інноваційної активності та обсягів експорту. У межах цього підходу креативний імператив розглядається як джерело економічного імпульсу, що транслюється у зростання продуктивності, створення нових робочих місць, розвиток зовнішньоекономічної діяльності та активізацію інноваційних процесів.

Ключовими інструментами аналізу виступають мультиплікативні коефіцієнти, які дозволяють співвіднести обсяг державних або приватних інвестицій у креативні індустрії з відповідним приростом макроекономічних показників. Зокрема, коефіцієнт мультиплікації ВВП $k_{\text{ВВП}}$ визначається як відношення приросту валового внутрішнього продукту до обсягу інвестицій у креативний сектор (креативні індустрії), а коефіцієнт зайнятості $k_{\text{зайн}}$ – як відношення приросту кількості створених робочих місць до того ж обсягу інвестицій:

$$k_{\text{ВВП}} = \frac{\Delta \text{ВВП}}{\Delta \text{Інвестицій у КІ}}; \quad (1)$$

$$k_{\text{зайн}} = \frac{\Delta \text{зайнятості}}{\Delta \text{Інвестицій у КІ}}. \quad (2)$$

Застосування цих показників є особливо доцільним для оперативного аналізу у країнах з обмеженою статистичною базою або нестабільними міжгалузевими зв'язками. Водночас індикативний підхід не враховує складні структурні ефекти, що виникають внаслідок крос-секторальної взаємодії, тому його доцільно доповнювати іншими методами (наприклад, міжгалузевим моделюванням або CGE-аналізом).

На нашу думку, індикативна модель мультиплікації дозволяє отримати первинне уявлення про економічну віддачу від інвестицій у креативні індустрії. Зокрема, дослідження Київської школи економіки вказує, що одна гривня інвестицій у сектор ІТ-сервісів здатна генерувати від 2,5 до 3,2 грн приросту ВВП, що свідчить про високий рівень мультиплікативного ефекту [5]. Подібні результати також підтверджуються оцінками Всесвітньої організації інтелектуальної власності та Організації економічного співробітництва та розвитку, які використовують схожі методологічні підходи для аналізу культурно-креативних секторів в економіках країн, що розвиваються [6; 9].

З метою подолання обмежень індикативного підходу, який, попри свою аналітичну простоту, не враховує складну систему міжгалузевих взаємозв'язків, у межах даного дослідження можна застосувати аналіз міжгалузевого балансу, або метод міжгалузевих таблиць, запропонований лауреатом Нобелівської премії з економіки В. Леонтьєвим. Цей підхід базується на побудові таблиць витрат–випуску, які відображають структурну взаємозалежність виробничих

процесів у різних секторах національного господарства. Згідно з даною методикою, продукція кожної галузі розглядається як проміжна продукція для інших секторів, що дозволяє виявити ланцюгові ефекти від інвестиційних і споживчих зрушень у будь-якій точці економічної системи.

Аналіз міжгалузевого балансу дає змогу не лише кількісно оцінити обсяги проміжного споживання та структуру кінцевого попиту, але й визначити коефіцієнти прямих та повних витрат, необхідних для задоволення попиту на одиницю продукції в конкретному секторі. Методика дозволяє диференціювати прямий ефект (тобто приріст виробництва у креативному секторі як наслідок прямих інвестицій) і опосередкований ефект (зростання в суміжних секторах, які забезпечують креативні індустрії ресурсами, послугами або інфраструктурою).

Математично загальний випуск продукції X визначається через вектор кінцевого попиту Y за допомогою інверсної матриці Леонтьєва:

$$X = (I - A)^{-1} \cdot Y, \quad (3)$$

де I – одинична матриця, A – матриця коефіцієнтів прямих витрат, $(I - A)^{-1}$ – матриця повного мультиплікативного ефекту. Згідно з цим підходом, кожна одиниця приросту кінцевого попиту в окремому секторі спричиняє каскадне зростання виробництва не лише в самому секторі, а й у пов'язаних з ним галузях.

У ході дослідження було використано офіційні таблиці витрат-випуску України за 2021 рік, оприлюднені Державною службою статистики [12], а також агреговані міжгалузеві таблиці, розроблені Організацією економічного співробітництва та розвитку за період 2021–2023 років [9] (табл. 1).

Таблиця 1

Розрахунок мультиплікативного ефекту інвестицій у креативні індустрії України на основі моделі міжгалузевого балансу (за даними 2021 року)

Сектор	Прямий попит, млн грн	Загальний випуск, млн грн	Мультиплікатор
Креативні індустрії	100	151.82	1.52
Послуги	0	87.88	0.88
Виробництво	0	102.03	1.02

Джерело: розраховано автором

Примітка: Прямий попит (інвестиція) спрямований виключно у сектор креативних індустрій. Економічний ефект у секторах «Послуги» і «Виробництво» є результатом опосередкованого впливу через міжгалузеві зв'язки.

За результатами обчислень, загальний мультиплікатор для креативних індустрій України становить близько 1,5, що означає, що кожна гривня інвестицій у цей сектор генерує приблизно 1 гривню 50 копійок сукупного економічного ефекту. Водночас згідно з даними міжнародних організацій, мультиплікатори для креативної економіки у більш розвинених економіках коливаються у межах 1,8–2,4, що дозволяє екстраполювати потенційні ефекти для України за умови повнішої інтеграції цього сектору в економіку [9].

На нашу думку, міжгалузевий аналіз є одним із найбільш надійних методів дослідження мультиплікативного ефекту креативної економіки, оскільки дозволяє не лише ідентифікувати структурні взаємозв'язки між секторами, а й моделювати потенційні сценарії розвитку на основі варіативності інвестицій. Застосування цього підходу є доцільним для стратегічного планування політики державної підтримки, а також для оцінки соціально-економічного потенціалу креативного сектору в структурі національної економіки.

З метою подолання обмежень як індикативного (на основі спостережуваних ефектів), так і міжгалузевого (структурного) підходів, у межах даного дослідження можна використати інтегративну методику – Індекс креативного мультиплікатора (ІКМ). Цей показник розроблено для комплексного вимірювання мультиплікативного ефекту креативного імперативу в національній економіці. Він охоплює три ключові напрями впливу: економічний (через зростання валового внутрішнього продукту), соціальний (через приріст зайнятості) та зовнішньоекономічний (через експортну активність).

Індекс визначається за формулою:

$$\text{ІКМ} = w_1 \cdot k_{\text{ВВП}} + w_2 \cdot k_{\text{зайн}} + w_3 \cdot k_{\text{експ}}, \quad (4)$$

де $k_{\text{ВВП}}$ – коефіцієнт приросту валового внутрішнього продукту, $k_{\text{зайн}}$ – коефіцієнт приросту рівня зайнятості, $k_{\text{експ}}$ – коефіцієнт приросту обсягів експорту; а w_1 , w_2 , w_3 – вагові коефіцієнти, які відображають пріоритетність відповідних напрямів у контексті державної економічної політики.

У межах нашого дослідження ці ваги визначено як: $w_1 = 0,5$, $w_2 = 0,3$, $w_3 = 0,2$. Таке співвідношення узгоджується з актуальними стратегічними документами економічного розвитку України, де основними орієнтирами є забезпечення макроекономічної стабільності, підвищення зайнятості населення та нарощування експортного потенціалу в креативному секторі [9; 10].

На нашу думку, ІКМ є адаптивним інструментом, який можна налаштовувати відповідно до пріоритетів конкретного періоду або регіону, зберігаючи при цьому порівнянність результатів. Його перевага полягає у спроможності агрегувати мультифакторні ефекти від розвитку креативних індустрій в один інтегральний показник, що значно полегшує аналіз ефективності політики та дозволяє обґрунтовано приймати рішення щодо подальших заходів підтримки. Проведена апробація ІКМ на статистичних даних України підтвердила релевантність індексу в умовах вітчизняної економіки та його потенціал до застосування в межах стратегічного планування, оцінювання програм підтримки, а також міжнародного порівняльного аналізу (табл. 2).

Оцінювання часткових мультиплікативних ефектів креативних індустрій в Україні базувалося на інтеграції трьох ключових показників: приросту валового внутрішнього продукту, зайнятості та експорту послуг. Показники часткових мультиплікаторів – $k_{\text{ВВП}}$, $k_{\text{зайн}}$, $k_{\text{експ}}$ – були розраховані з використанням офіційної розподільної матриці міжгалузевого балансу за 2021 рік [12]. Ця матриця надала можливість визначити обсяги проміжного споживання, кінцевого попиту та валової доданої вартості у секторальному розрізі. Для обчислення мультиплікатора зайнятості використано статистику чисельності зайнятого населення за видами економічної діяльності, зокрема у сферах інформації, комунікацій, реклами, дизайну та програмування, згідно з офіційними публікаціями Державної служби статистики [13]. Дані щодо експорту креативних послуг були залучені з аналітичного огляду Українського центру культурних досліджень, у якому зазначено, що частка експорту ІТ-послуг, реклами, аудіовізуального контенту та інших креативних галузей у 2021 році становила 30,1% у загальній структурі експорту послуг.

Таблиця 2

Інтегральна оцінка мультиплікативного ефекту розвитку креативних індустрій в Україні на основі Індексу креативного мультиплікатора (за даними 2021 року)

Сектор креативних індустрій	$k_{\text{ВВП}}$	$k_{\text{зайн}}$	$k_{\text{експ}}$	ІКМ	Примітки
Інформаційні технології	2.80	4.80	0.18	1.66	Найвищий інтегральний ефект; ІТ має високу експортну орієнтацію, високий рівень зайнятості та значний вплив на ВВП
Реклама і маркетинг	1.45	3.90	0.08	1.04	Високий рівень внутрішньої зайнятості, але обмежений експортний потенціал і менший внесок у ВВП
Дизайн	1.10	4.20	0.05	0.91	Значний внутрішній вплив на зайнятість, слабка інтеграція у зовнішні ринки, помірне зростання ВВП

Джерело: розраховано автором

Результати обчислень виявили провідну роль ІТ-сектора, який демонструє найвищий рівень мультиплікативного ефекту серед креативних галузей – його ІКМ становить 1,66, що свідчить про здатність генерувати 1,66 грн сукупного економічного ефекту на кожную інвестовану гривню. Сектори реклами та дизайну, хоча й поступаються за інтегральним значенням, однак також демонструють відчутний вплив на внутрішнє виробництво та зайнятість, формуючи основу для посилення внутрішньої економічної динаміки. Така диференціація мультиплікативних ефектів дозволяє зробити висновок про необхідність цілеспрямованої державної підтримки галузей з найвищим економічним потенціалом та експортною орієнтацією, а також створення умов для стимулювання крос-секторальної взаємодії в межах креативного простору.

Отримані результати можуть слугувати основою для вдосконалення інструментів стратегічного планування економічного розвитку на національному та регіональному рівнях, забезпечуючи емпірично верифіковану основу для формування політик стимулювання креативної економіки.

У результаті проведеного дослідження нами розроблено концептуальну модель мультиплікативного ефекту креативного імперативу, яка дозволяє кількісно оцінити вплив ключових секторів креативної економіки на загальнонаціональні економічні показники (рисунок).

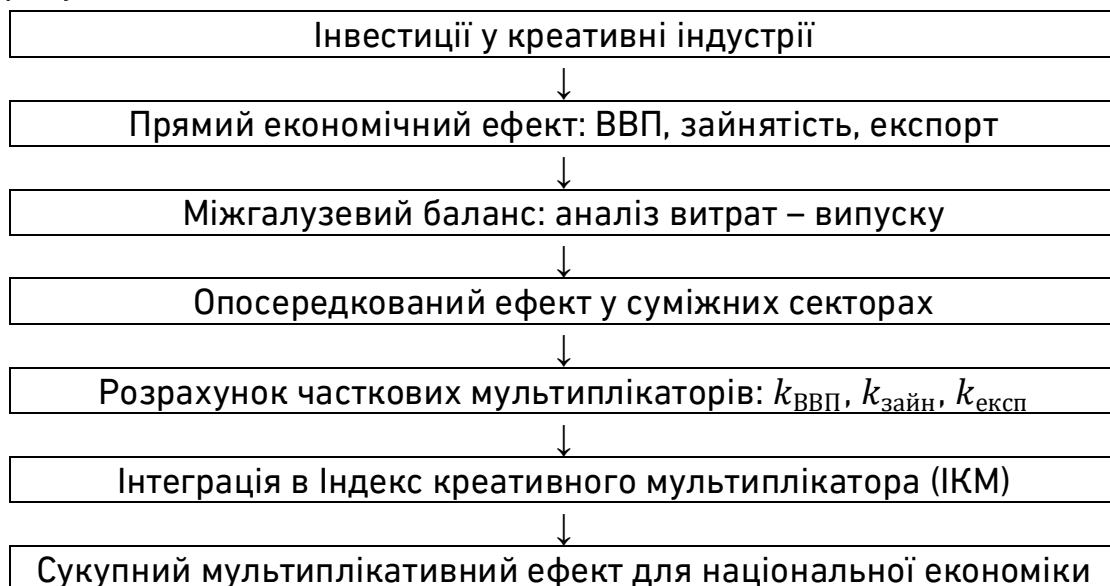


Рисунок. Концептуальна модель мультиплікативного ефекту
креативного імперативу

Джерело: узагальнено автором

Модель структурована за логікою впливу первинних інвестицій у креативні індустрії на три основні складові мультиплікативного ефекту: зростання валового внутрішнього продукту ($k_{\text{ВВП}}$), збільшення рівня зайнятості ($k_{\text{зайн}}$) та розширення експортного потенціалу ($k_{\text{експ}}$).

Зазначені часткові мультиплікатори інтегруються в єдиний Індекс креативного мультиплікатора за допомогою зваженої формули, яка враховує пріоритетність кожного з компонентів. Модель дозволяє не лише оцінити поточний вплив кожного з креативних секторів, а й моделювати сценарії розвитку на основі варіацій у державному фінансуванні, структурі попиту або міжнародній інтеграції.

Її прикладне значення полягає у тому, що вона може використовуватись як аналітичний інструмент для прийняття стратегічних рішень на рівні органів влади, регіональних адміністрацій та бізнесу – зокрема при плануванні програм підтримки креативного підприємництва, оцінці бюджетних ефектів чи побудові

регіональних кластерів. Таким чином, модель забезпечує доказову базу для формування інституційно-орієнтованої політики розвитку креативної економіки як джерела інноваційного зростання.

Висновки і перспективи подальших розвідок. У результаті проведеного дослідження удосконалено науково-методичний підхід до оцінювання мультиплікативного ефекту креативного імперативу в національній економіці на основі розробки Індексу креативного мультиплікатора (ІКМ), що інтегрує часткові коефіцієнти впливу на ВВП, зайнятість і експорт. Методологічною основою обчислень стала модифікована модель міжгалузевого балансу, адаптована до статистичних умов України та верифікована за даними ОЕСР. Використано статистику Державної служби статистики України за 2021 рік, зокрема офіційні таблиці «витрати – випуск», а також агреговані показники зайнятості та зовнішньої торгівлі.

Виявлено, що креативні індустрії демонструють суттєво вищий мультиплікативний ефект порівняно з традиційними секторами. Зокрема, сектор інформаційних технологій має найбільше значення часткового мультиплікатора ВВП (2,80) та зайнятості (4,80), що відображає його вагомий роль у структурній модернізації національної економіки. Розрахований інтегральний індекс ІКМ для ІТ-сфери становить 1,66, що є найвищим серед розглянутих секторів і наближається до нижньої межі мультиплікаторів креативних індустрій у країнах ОЕСР (1,8–2,4), зокрема Канаді, Великій Британії та Нідерландах.

Створена модель дозволяє не лише кількісно оцінити мультиплікативні ефекти, але й використовується як аналітичний інструмент для стратегічного планування розвитку креативної економіки, прогнозування економічного ефекту інвестицій та формування пріоритетів державної політики. Удосконалений підхід сприяє глибшому розумінню синергії між креативним імперативом та міжгалузевими зв'язками в умовах переходу до економіки знань і цифрової трансформації.

1. Міністерство культури та інформаційної політики України. У 2020 році креативні індустрії згенерували 4,2% доданої вартості української економіки. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/u-2020-roci-kreativni-industriyi-zgenerovali-42-dodanoyi-vartosti-ukrayinskoyi-ekonomiki> (дата звернення: 01.07.2025).
2. Кукса І. М., Петухова Т. О. Креативна економіка як елемент інноваційної та стійкої стратегії розвитку України. *Ефективна економіка*. 2018. № 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2018/16.pdf (дата звернення: 01.07.2025).

- 3.** Самійленко Г. Креативна економіка: теоретичні засади та особливості її функціонування в умовах становлення нової економіки. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2020. № 2. С. 31–42. URL: <https://ir.stu.cn.ua/handle/123456789/20999> (дата звернення: 01.07.2025).
- 4.** Каленюк І., Кузнецова Н. Креативна економіка у світовому інноваційному процесі. *Міжнародна економічна політика*. 2022. № 1. С. 101–123. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Мер_2022_1_7 (дата звернення: 01.07.2025).
- 5.** Kyiv School of Economics. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України. URL: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf> (дата звернення: 09.07.2025).
- 6.** United States Agency for International Development. TOOLS AND METHODOLOGIES FOR ASSESSING THE CREATIVE ECONOMY. FINAL REPORT. April 20, 2022. URL: https://www.wipo.int/documents/d/copyright/docs-en-performance-econ_contribution_cr_kg.pdf (дата звернення: 09.07.2025).
- 7.** Gutierrez-Posada Diana, Kitsos Tasos, Nathan Max, Nuccio Massimiliano. Do Creative Industries Generate Multiplier Effects? Evidence from UK Cities, 1997–2018. *SocArXiv*. 2021. URL: <https://ideas.repec.org/p/osf/socarx/xs8zg.html> (дата звернення: 09.07.2025).
- 8.** Семюелсон Пол А., Вільям Д. Нордгауз. Макроекономіка / пер. з англ. С. Панчишин. К. : Основи, 1995. 544 с.
- 9.** OECD. Input-Output Tables and Multipliers for Creative Industries. 2023. URL: <https://www.oecd.org/en/data/datasets/input-output-tables.html> (дата звернення: 09.07.2025).
- 10.** Мартинович Н. О., Плуталов С. І. Сучасні тренди розвитку креативних індустрій та їх вплив на національну економіку. *Проблеми сучасних трансформацій. Сер. Економіка та управління національним господарством*. 2022. Вип. 3. С. 83–101. DOI:10.54929/2786-5738-2022-3-03-08. URL: <https://reicst.com.ua/pmt/article/download/2022-3-03-08/2022-3-03-08> (дата звернення: 09.07.2025).
- 11.** Nikolaieva O., Iavorskyi P. Creative Industries: Impact on the Development of Ukraine's Economy. *Free Policy Briefs / Kyiv School of Economics ; Ministry of Culture and Information Policy of Ukraine*. 2021. 4 April. URL: <https://freepolicybriefs.org/wp-content/uploads/2021/06/freepolicybriefs20210621.pdf> (дата звернення: 09.07.2025).
- 12.** Державна служба статистики України. Таблиця «Витрати–випуск України у основних цінах». Національні рахунки. Макроекономіка. Опубліковано 30.05.2024. URL: <https://stat.gov.ua/uk/releases/tablytsya-vytraty-vypusk> (дата звернення: 09.07.2025).
- 13.** Державна служба статистики України. Обстеження робочої сили. URL: <https://stat.gov.ua/uk/datasets/obstezhennya-robochoyi-syly-0?utm> (дата звернення: 09.07.2025).
- 14.** Український центр культурних досліджень. Вплив війни на показники діяльності креативних індустрій у 2021–2022 роках. URL: <https://uccr.org.ua/news/vplyv-viyny-na-pokaznyk-diialnosti-kreatyvnykh-industriy-u-2021-2022-rokakh> (дата звернення: 09.07.2025).

REFERENCES:

- 1.** Ministerstvo kultury ta informatsiinoi polityky Ukrainy. U 2020 rotsi kreatyvni industrii zgheneruvaly 4,2% dodanoi vartosti ukrainskoi ekonomiky. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/u-2020-roci-kreativni-industriyi-zgheneruvali-42-dodanoyi-vartosti-ukrayinskoyi-ekonomiki> (data zvernennia: 01.07.2025).
- 2.** Kuksa I. M., Pietukhova T. O. Kreatyvna ekonomika yak element innovatsiinoi ta stiikoi stratehii rozvytku Ukrainy. *Efektivna ekonomika*. 2018. № 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2018/16.pdf (data zvernennia: 01.07.2025).

3. Samiilenko H. Kreatyvna ekonomika: teoretychni zasady ta osoblyvosti yii funktsionuvannia v umovakh stanovlennia novoi ekonomiky. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia*. 2020. № 2. S. 31–42. URL: <https://ir.stu.cn.ua/handle/123456789/20999> (data zvernennia: 01.07.2025).
4. Kaleniuk I., Kuznetsova N. Kreatyvna ekonomika u svitovomu innovatsiinomu protsesi. *Mizhnarodna ekonomichna polityka*. 2022. № 1. S. 101–123. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mep_2022_1_7 (data zvernennia: 01.07.2025).
5. Kyiv School of Economics. Kreatyvni industrii: vplyv na rozvytok ekonomiky Ukrainy. URL: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf> (data zvernennia: 09.07.2025).
6. United States Agency for International Development. TOOLS AND METHODOLOGIES FOR ASSESSING THE CREATIVE ECONOMY. FINAL REPORT. April 20, 2022. URL: https://www.wipo.int/documents/d/copyright/docs-en-performance-econ_contribution_cr_kg.pdf (data zvernennia: 09.07.2025).
7. Gutierrez-Posada D., Kitsos T., Nathan M., Nuccio M. Do Creative Industries Generate Multiplier Effects? Evidence from UK Cities, 1997–2018. *SocArXiv*. 2021. URL: <https://ideas.repec.org/p/osf/socarx/xs8zg.html> (data zvernennia: 09.07.2025).
8. Semielson Pol A., Viliam D. Nordhauz. Makroekonomika / per. z anhl. S. Panchyshyn. Kyiv : Osnovy, 1995. 544 s.
9. OECD. Input-Output Tables and Multipliers for Creative Industries. 2023. URL: <https://www.oecd.org/en/data/datasets/input-output-tables.html> (data zvernennia: 09.07.2025).
10. Martynovych N. O., Plutalov S. I. Suchasni trendy rozvytku kreatyvnykh industrii ta yikh vplyv na natsionalnu ekonomiku. *Problemy suchasnykh transformatsii. Ser. Ekonomika ta upravlinnia natsionalnym hospodarstvom*. 2022. Vyp. 3. S. 83–101. DOI: 10.54929/2786-5738-2022-3-03-08. URL: <https://reicst.com.ua/pmt/article/download/2022-3-03-08/2022-3-03-08> (data zvernennia: 09.07.2025).
11. Nikolaieva O., lavorskyi P. Creative Industries: Impact on the Development of Ukraine's Economy. *Free Policy Briefs / Kyiv School of Economics ; Ministry of Culture and Information Policy of Ukraine*. 2021. 4 April. URL: <https://freepolicybriefs.org/wp-content/uploads/2021/06/freepolicybriefs20210621.pdf> (data zvernennia: 09.07.2025).
12. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Tablytsia «Vytraty–vypusk Ukrainy u osnovnykh tsinakh». Natsionalni rakhunky. Makroekonomika. Opublikovano 30.05.2024. URL: <https://stat.gov.ua/uk/releases/tablytsya-vytraty-vypusk> (data zvernennia: 09.07.2025).
13. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Obstezhennia robochoi syly. URL: <https://stat.gov.ua/uk/datasets/obstezhennya-robochyi-syly-0?utm> (data zvernennia: 09.07.2025).
14. Ukrainskyi tsentr kulturnykh doslidzhen. Vplyv viiny na pokaznyky diialnosti kreatyvnykh industrii u 2021–2022 rokakh. URL: <https://uccr.org.ua/news/vplyv-viiny-na-pokaznyky-diialnosti-kreatyvnykh-industriy-u-2021-2022-rokakh> (data zvernennia: 09.07.2025).
-

Kovshun N. E. [1; ORCID ID: 0000-0003-0573-2932],

Doctor of Economics, Professor,

Kondratska N. M. [1; ORCID ID: 0000-0001-9103-6241],

Candidate of Economics (Ph.D.), Associate Professor,

Khakhlov O. V. [2; ORCID ID: 0000-0004-0787-0030],

Candidate of Economics (Ph.D.), Postdoctoral Fellow

¹*National University of Water and Environmental Engineering, Rivne*

²*Izmail State University of Humanities, Izmail*

METHODS FOR ASSESSING THE MULTIPLIER EFFECT OF THE CREATIVE IMPERATIVE IN THE NATIONAL ECONOMY

The article presents the results of a comprehensive assessment of the multiplier effect generated by the creative imperative in Ukraine's national economy. The concept of the creative imperative is substantiated as a systemic requirement for the continuous generation of innovative ideas and solutions that underpin economic development in post-industrial societies. The authors emphasize that creative industries – including information technology, design, and marketing – play a key role in stimulating GDP growth, employment creation, and export performance. Based on official statistical data for 2021 and national input – output tables, the study develops a methodological approach for calculating sectoral multipliers: GDP multiplier, employment multiplier, and export multiplier. An original synthetic indicator – the Creative Multiplier Index (CMI) – was introduced as an integrated assessment tool that combines the partial effects through weighted aggregation ($w_1 = 0.5$, $w_2 = 0.3$, $w_3 = 0.2$).

The research established that the highest integral multiplier was recorded in the IT sector (CMI = 1.66), confirming its strong export orientation, high employment intensity, and significant contribution to gross value added. Advertising and marketing (CMI = 1.04) and design (CMI = 0.91) sectors showed notable domestic employment potential but weaker export and GDP linkage. The integral index provides a nuanced view of the systemic interdependence of creative industries with other sectors of the national economy. The application of interindustry balance analysis (input–output methodology) allowed for the identification of direct and indirect multiplier effects and confirmed the alignment of national results with indicators observed in OECD member countries, where creative sector multipliers range from 1.8 to 2.4.

The study developed a scientifically grounded algorithm for modeling the macroeconomic contribution of creative industries based on open national accounts data and proposed its potential application for scenario modeling

and policy evaluation. It also revealed that the creative imperative functions not only as a cultural or social phenomenon but as a measurable economic driver that should be integrated into strategic development frameworks. The proposed methodology offers a valuable analytical tool for government agencies, international donors, and researchers engaged in sustainable development and innovation-driven growth policy formulation.

Keywords: creative economy; multiplier effect; input – output balance; creative multiplier index; creative industries; information technology; economic integration.

Отримано: 10 липня 2025 року
Прорецензовано: 15 липня 2025 року
Прийнято до друку: 26 вересня 2025 року