

УДК 330.342:005.961]:316.4

<https://doi.org/10.31713/ve2202512>

JEL: O31, O33, Z10, D80

Неделько Д. В. [1; ORCID ID: 0009-0003-1054-866X],

здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня

¹Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне

КОНЦЕПТУАЛЬНА СТРУКТУРА ТА ЛОГІКА ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНОГО ІМПЕРАТИВУ ЯК ФЕНОМЕНУ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

У статті обґрунтовано теоретичні засади формування креативного імперативу як цілісного феномену постіндустріального економічного розвитку. Виокремлено ключові складові імперативу – знання, ідеї, творчість, інновації та підприємницькі компетенції – як структурно взаємопов'язані елементи системи генерації нової цінності в умовах економіки знань. Запропоновано структурно-функціональну модель, що пояснює логіку перетворення інтелектуального ресурсу на інноваційний продукт. Особливу увагу приділено системним властивостям креативного імперативу – синергетичності, адаптивності та мультиплікативності – які забезпечують його спроможність до стійкого розвитку, гнучкого реагування на зовнішні виклики та масштабування ефектів на соціально-економічне середовище. Дослідження здійснено з використанням міждисциплінарного підходу, що інтегрує положення когнітивної економіки, інноваційного менеджменту та теорії підприємництва. Зроблено висновок про практичну значущість креативного імперативу як інструменту модернізації економічних систем у контексті глобальних трансформацій.

Ключові слова: креативна економіка; креативний імператив; знання; інновації; підприємницькі компетенції; творчість; системна модель; синергетичність; адаптивність; мультиплікативний ефект.

Актуальність теми. Актуальність дослідження креативного імперативу як системоутворювального феномену сучасного економічного розвитку зумовлена глибокими трансформаційними процесами в глобальній економіці, які з початку XXI століття дедалі більше орієнтуються на нематеріальні ресурси – знання, інтелектуальний капітал, культурну ідентичність, інноваційний зміст та креативний потенціал людини. Згідно з аналітичним звітом Міністерства фінансів Великої Британії, ще у 2004 році обсяг

інвестицій у нематеріальні активи, зокрема у сфері дизайну, програмного забезпечення, інтелектуальної власності та брендової цінності, перевищив вкладення в матеріальні засоби виробництва більш ніж на £130 млрд, що становило приблизно на 20% більше за капіталовкладення в традиційні активи [1]. Цей емпіричний факт засвідчує не лише зміну структури економічного зростання, а й зародження нової парадигми вартості, у межах якої нематеріальні складники стають провідними рушіями розвитку.

Подальші дослідження фіксують посилення синергії між економікою знань і креативними індустріями, що утворює нову системну якість – креативну економіку, здатну забезпечити сталість економічного зростання на основі культурної виразності, інноваційної динаміки та інтелектуалізації продукту. Як зазначають окремі науковці, «сама креативна індустрія у взаємодії з економікою, заснованою на знаннях, створює передумови для формування потужної та стійкої креативної економіки» [2]. Такий підхід демонструє зрушення у функціональній ролі знань у сучасному дискурсі: вони більше не є виключно інструментом накопичення компетентностей, а трансформуються у каталізатор творчих процесів, генератор культурних смислів та економічно значущого інноваційного контенту.

Відповідно, логіка сучасного економічного розвитку змінюється – від лінійних моделей, що базуються на інвестиціях у фізичний капітал або на акумуляції знань, до нелінійних, мережевих, адаптивних моделей, у центрі яких перебуває креативне застосування знань у поєднанні з культурним, соціальним та інноваційним контекстом. У цьому зв'язку постає потреба у концептуалізації феномену креативного імперативу як визначальної рушійної сили нової економіки, а також у побудові структурно-функціональних моделей, які здатні аналітично відобразити взаємозв'язки між знаннями, ідеями, творчістю, інноваціями та підприємницькою практикою.

Таким чином, дослідження креативного імперативу як системного явища дозволяє не лише глибше осмислити поточні тенденції трансформації економіки, а й сформулювати теоретико-методологічні підходи до стратегічного управління розвитком національних економік в умовах глобалізаційних викликів і переходу до постіндустріальної, інноваційно-креативної моделі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковому дискурсі останніх років спостерігається зростаючий інтерес до осмислення креативності як ключової складової нової економічної парадигми. Зміщення акцентів економічного розвитку у бік нематеріальних активів і творчих ресурсів зумовлює необхідність переосмислення базових категорій економіки, включаючи знання, інновації, інтелектуальний капітал та їх взаємозв'язок із культурною складовою. У цьому контексті креативний імператив постає як інтегративна концепція, що поєднує інтелектуальні, соціокультурні та економічні ресурси у цілісну модель інноваційного поступу.

Значний внесок у розробку теоретичних засад креативного імперативу зроблено у дослідженні Копійки Д. В., в якому авторка запропонувала цілісну концептуальну модель креативного імперативу як детермінанти соціоекономічної динаміки, розкривши багаторівневу структуру взаємодії між індивідуальним творчим потенціалом, інституційним середовищем і стратегічними ідеями розвитку [3]. У межах цієї моделі креативність трактується не лише як фактор виробництва, але і як самостійна цінність, що продукує економічний, соціальний і культурний ефекти.

Змістовний внесок у розробку концептуальних засад креативного імперативу у стратегічному контексті здійснено в статті І. Л. Петрової [4], у якій креативність розглядається не просто як індивідуальна риса чи ресурс, а як стратегічний імператив управління людськими ресурсами. Авторка пропонує модель циклу креативності, в якій інтегруються елементи творчої активності, трансляції ідей, командної роботи, інноваційної реалізації та оцінки результату, підпорядкованої загальній стратегії розвитку організації. Сформульовано підхід до так званого «м'якого» управління креативністю шляхом формування внутрішнього сприятливого середовища для розвитку творчого потенціалу персоналу. Стаття містить системний аналіз теоретичних підходів до розмежування понять «творчість», «креативність» та «інноваційність» і демонструє, що саме креативність у межах бізнес-процесів із ціллю задоволення потреб споживачів стає ціннісним ядром нової економіки. Зазначений підхід корелює з логікою формування креативного імперативу як системної та структурно-функціональної моделі, що є предметом нашого дослідження.

Питання взаємозв'язку між креативністю, інноваціями та сталим розвитком отримали подальший розвиток у міжнародних

дослідженнях, зокрема у працях Kajzer Mitchell і Walinga [5], де креативний імператив розглядається як ключовий чинник забезпечення стійкості соціальних та організаційних систем. Автори обґрунтовують необхідність переходу до нелінійного управління інноваційними процесами, в основі якого лежить когнітивна активність, інсайт та системне мислення.

Цікаві методологічні орієнтири пропонує дослідження в *Journal of Cleaner Production*, присвячене кейсу «Principi Attivi» в італійському регіоні Апулія, де креативність постає як структурний компонент державної політики у сфері сталого розвитку [6]. У цій праці вивчається логіка реалізації політично керованого креативного імперативу через інтеграцію молодіжного підприємництва, культурної спадщини та соціальних інновацій.

Таким чином, проаналізовані праці свідчать про наявність глибокого теоретико-методологічного підґрунтя для дослідження феномену креативного імперативу. Однак, незважаючи на суттєвий доробок, досі бракує узагальненої концептуальної структури, яка б відобразила логіку його формування в координатах сучасної економіки. Це зумовлює необхідність подальшого наукового пошуку в напрямі систематизації складових імперативу, моделювання його структурних зв'язків та визначення ролі в генерації нової цінності в постіндустріальному середовищі.

Постановка завдання. Метою статті є теоретичне обґрунтування та розкриття сутності креативного імперативу як складного феномену сучасного економічного розвитку, що формується на перетині знань, творчості, інновацій і підприємництва, а також побудова концептуальної моделі, яка дозволяє системно осмислити механізми його формування і реалізації в умовах постіндустріальної трансформації економіки.

Викладення основного матеріалу. З огляду на багатовимірну природу й внутрішню складність феномену креативного імперативу як рушія постіндустріального розвитку, у межах цього підрозділу здійснено розробку структурно-функціональної моделі креативного імперативу економічного зростання. Така модель покликана систематизувати ключові компоненти, що визначають функціонування креативної економіки – знання, ідеї, творчість, інновації та підприємницькі компетенції – як взаємозалежні елементи єдиного процесу створення економічної й соціальної цінності.

Наукова актуальність побудови зазначеної моделі зумовлена необхідністю узгодження теоретичних підходів до розуміння джерел

креативності та механізмів їх практичної реалізації в інноваційному середовищі. Методологічною основою моделі виступає парадигма міждисциплінарного аналізу, що інтегрує положення когнітивної економіки (як науки про економічне значення знань і пізнавальних ресурсів), теорії підприємництва (що пояснює процеси трансформації ідей у ринкові рішення) та інноваційного менеджменту (який розкриває логіку впровадження нововведень у соціально-економічну систему).

Застосування такої моделі дозволяє не лише пояснити внутрішню логіку взаємодії її складових, а й розширити інструментарій для аналізу креативних процесів у різних масштабах – від мікрорівня індивідуального креатора чи підприємства до макрорівня інституційної чи регіональної економіки. Запропонована структурно-функціональна схема створює підґрунтя для подальших досліджень ефективності креативного імперативу як чинника соціоекономічної модернізації, зокрема в контексті сталого розвитку, цифрової трансформації та формування економіки людського потенціалу (рис. 1).



Рисунок. Структурно-функціональна модель креативного імперативу економічного розвитку

Джерело: сформовано автором.

Запропонована модель відображає динамічну систему взаємодії п'яти основних компонентів, що формують зміст креативного імперативу як рушійної сили економічного розвитку: знання, ідеї, творчість, інновації та підприємницькі компетенції. Кожен із цих елементів виконує важливу функцію в процесі створення нової цінності, а разом вони утворюють послідовний і взаємопов'язаний цикл креативної діяльності.

Початковою ланкою моделі виступають знання, які забезпечують інтелектуальну основу для творчої роботи. До них належать інформаційні ресурси, досвід і накопичений людський капітал, що формують умови для появи нових ідей. Важливо, що ефективність знань визначається не лише їх накопиченням, а й здатністю застосовуватися на практиці – тобто бути корисними для формування інноваційних підходів, концептів і рішень.

Ідеї в моделі виконують роль проміжної ланки між знаннями й інноваціями. Вони є результатом інтелектуальної та творчої роботи й містять у собі потенціал для подальшої реалізації. Ідеї самі по собі ще не мають прикладної вартості, але можуть стати основою для інновацій за умови їх доопрацювання, оцінки та підтримки. У цій ролі вони визначають напрям і зміст подальших змін у системі.

Центральне місце в моделі займає творчість, яка забезпечує перехід від абстрактних знань до практично цінних рішень. Вона розглядається як здатність створювати нове, оригінальне і корисне. Творчість активізує процес формування ідей, дозволяє відходити від стандартних підходів і генерувати різноманітні варіанти вирішення завдань. Саме вона створює підґрунтя для подальшої інноваційної діяльності та посилює ефект впливу інших елементів системи.

Інновації у моделі трактуються як практична реалізація ідей у вигляді нових продуктів, технологій, послуг або управлінських рішень. Вони є завершеним етапом перетворення знань і творчого потенціалу на конкретний результат, який має соціальне або економічне значення. При цьому інновації сприяють зворотному процесу: вони оновлюють і доповнюють знання, збагачуючи інтелектуальну базу для наступних етапів творчості.

Підприємницькі компетенції є важливою складовою моделі, яка забезпечує здатність реалізовувати ідеї в реальному середовищі – економічному, соціальному чи організаційному. До них належать практичні навички, стратегічне мислення, здатність до ініціативи,

управління змінами, готовність приймати ризики, а також розуміння ринкових умов. Цей компонент поєднує попередні елементи системи та сприяє перетворенню креативного потенціалу на реальну цінність.

Взаємодія елементів моделі відбувається в логічній послідовності: знання створюють основу для творчості; творчість генерує ідеї; підприємницькі компетенції забезпечують перетворення ідей в інновації; інновації сприяють появі нових знань і підтримують розвиток системи. Така взаємна дія компонентів формує ефект синергії, який підсилює загальну результативність і забезпечує стійкий розвиток економіки, підвищення конкурентоспроможності, оновлення інституційного середовища та посилення ролі людського капіталу у створенні нової цінності.

В контексті викладених теоретико-методологічних основ ідентифікації креативного імперативу як стратегічного чинника економічного розвитку, доцільним є розкриття його системних властивостей, що забезпечують цілісність, стійкість і динамізм функціонування креативної економіки. Серед таких властивостей ключовими виступають синергетичність, адаптивність та мультиплікативний ефект, які проявляються як внутрішні механізми самоорганізації, саморозвитку та впливу на економічну систему загалом (таблиця). Їх визначення й аналіз дають змогу глибше зрозуміти, чому саме креативність і творчий ресурс стали визначальними рушіями у глобальній економіці знань.

Таблиця

Системні властивості креативного імперативу

Системна властивість	Сутнісна характеристика	Прояв у креативній економіці
<i>Синергетичність</i>	Взаємодія елементів системи породжує ефекти, що перевищують суму їх індивідуальних впливів; формує емерджентні якості	Кластери креативних індустрій, міждисциплінарні проєкти, цифрові платформи, спільноти та хаби інновацій
<i>Адаптивність</i>	Здатність системи реагувати на зовнішні виклики та змінюватися відповідно до нових умов; підтримка динамічної рівноваги	Оперативна адаптація бізнес-моделей до змінного середовища, цифровізація форматів діяльності, стійкість до кризових впливів

продовження таблиці

Мультиплікативний ефект	Первинний імпульс породжує ланцюг економічних, соціальних та інституційних ефектів, які багаторазово підсилюють загальний результат	Розширення попиту, стимулювання суміжних галузей, зростання зайнятості, посилення освіти та культури
-------------------------	---	--

Джерело: сформовано автором.

Системні властивості креативного імперативу визначають його як складний механізм взаємодії компонентів, який формує якісно нові ефекти, що виходять за межі простої суми впливів окремих елементів. Зокрема, синергетичний характер такого імперативу полягає у здатності креативних індустрій, завдяки міжгалузевій, міждисциплінарній та мережевій інтеграції, створювати продуктивне середовище для інновацій. Як зазначає Д. В. Копійка, саме взаємодія різнорідних структурних одиниць креативного сектору дає підґрунтя для виникнення емерджентних ефектів, які не можуть бути пояснені через ізольовану дію окремих складових [3]. Практичним виявом цього є утворення функціональних кластерів у межах міських центрів або цифрових платформ, де в результаті взаємодії формується додана вартість не лише економічного, а й культурного та соціального характеру. Відтак, синергетичність виступає основою ефективності інноваційної екосистеми, де результат формується не лінійним підсумовуванням, а взаємозумовленою взаємодією.

Адаптивний потенціал креативного імперативу проявляється у його здатності до трансформації в умовах зовнішніх змін і нестабільності. Зокрема, відповідь на виклики цифровізації, глобальних криз чи технологічних проривів реалізується через інноваційну гнучкість, різноманітність форматів творчої діяльності та здатність до оперативного оновлення бізнес-моделей. Цей тип економіки не лише забезпечує стійкість до зовнішніх шоків, але й демонструє здатність до стратегічного переосмислення функціонування ринків і форматів доданої вартості. Як показують сучасні дослідження, у порівнянні з традиційними секторами, креативні індустрії відзначаються підвищеною здатністю до відновлення в умовах кризи [7]. Важливим аспектом цієї властивості є гнучке управління, що дозволяє підтримувати динамічну рівновагу

економічної системи, оперативно реагувати на зміни зовнішнього середовища, адаптувати інститути та створювати нові конкурентні переваги.

Мультиплікативна дія креативного імперативу полягає у здатності запускати ефекти, які поширюються за межі первинної інвестиції чи дії, охоплюючи суміжні сфери економіки та суспільства. У результаті інвестицій у креативні сектори відбувається активізація попиту, стимулювання інноваційних рішень, трансформація споживчої поведінки, а також зростання активності в освітньому, консалтинговому та культурному секторах. Мультиплікативний ефект охоплює не лише економічні виміри, а й сприяє інституційному розвитку, поширенню нових моделей зайнятості та формуванню інноваційного мислення у суспільстві.

Отже, сукупність таких властивостей, як взаємозумовленість (синергія), здатність до адаптації та ефект масштабування (мультиплікативність), дає підстави розглядати креативний імператив не лише як об'єкт академічного аналізу, але й як функціональну модель розвитку. Ця модель забезпечує довготривалу конкурентоспроможність економік, що орієнтовані на знання, інтелектуальний капітал і інновації, сприяє їхній стійкості в умовах глобальної нестабільності та створює основи для самопідтримуваного прогресу у стратегічній перспективі.

Висновки і перспективи подальших розвідок. У ході проведеного дослідження було обґрунтовано теоретичні засади формування креативного імперативу як системоутворювального явища сучасної економіки, що функціонує на засадах знаннєвої, інноваційної та культурної взаємодії. Визначено, що саме інтеграція нематеріальних активів – знань, ідей, творчості, інновацій і підприємницьких компетенцій – є базовою структурою, яка забезпечує продукування економічної та соціальної цінності в межах нової парадигми зростання.

У статті виокремлено сутнісні характеристики ключових складових креативного імперативу, зокрема: знання як когнітивну основу креативної діяльності; ідеї як результат інтелектуальної трансформації знань; творчість як механізм активізації новизни; інновації як практичну реалізацію креативного потенціалу; підприємницькі компетенції як інструмент ринкової реалізації креативних рішень.

Сформовано структурно-функціональну модель креативного імперативу економічного розвитку, що дозволяє описати взаємозв'язки між окремими компонентами як єдиний динамічний цикл створення доданої вартості. Обґрунтовано методологічну доцільність застосування міждисциплінарного підходу до вивчення креативної економіки з опорою на положення когнітивної економіки, інноваційного менеджменту та теорії підприємництва.

Досліджено системні властивості креативного імперативу – синергетичність, адаптивність і мультиплікативність – як ключові чинники забезпечення цілісності, стійкості та трансформаційної здатності економіки. Показано, що ці властивості формують інноваційно-активне середовище, здатне до саморозвитку, стратегічного оновлення та швидкої реакції на глобальні виклики.

У результаті проведеного дослідження зроблено висновок, що креативний імператив має розглядатися не лише як теоретична концепція, а як практично значуща модель сталого економічного розвитку, яка здатна забезпечити нові формати виробництва, зайнятості та соціальної інтеграції в умовах постіндустріальної економіки.

1. Haskel J., Wallis G. Public support for innovation, intangible investment and productivity growth in the UK market sector. Final Report for NESTA. London, 2009. 67 p. URL: https://ricardoblaug.wordpress.com/wp-content/uploads/2009/12/intangibles_final.pdf. (дата звернення: 01.05.2025).
2. Tuzhbaeva Zh. N., Egamberdieva Z. B., Tashkenbaev N. M. Creative Economy is a Basis of Innovative Development of National Economy. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2014. Vol. 140. P. 264–269. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S187704281403496X> (дата звернення: 01.05.2025).
3. Копійка Д. В. Креативний імператив економічного розвитку: теоретико-методологічні засади формування : дис. ... канд. економ. наук : 08.00.01 / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Київ, 2019. 275 с. URL: https://scc.knu.ua/upload/iblock/11c/dis_Копійка%20D.V._new.pdf (дата звернення: 01.05.2025).
4. Петрова І. Л. Розвиток креативності як імператив стратегічного управління людськими ресурсами. *Соціально-трудова відносина: теорія та практика*. 2022. Т. 12. № 2. С. 40–48. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/206150ae-b52f-4e47-b9a1-d4043f1d1cf3/content> (дата звернення: 01.05.2025).
5. Kajzer Mitchell I., Walinga J. The creative imperative: leveraging creativity, creative problem solving and insight for sustainability. *Journal of Cleaner Production*. 2017. Vol. 140. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0959652616315037> (дата звернення: 01.05.2025).
6. De Lucia C., Balena P., Stufano Melone M. R., Borri D. Policy, entrepreneurship, creativity and sustainability: The case of 'Principi Attivi' ('Active

Ingredients') in Apulia Region (southern Italy). *Journal of Cleaner Production*. 2016. Vol. 135. P. 1461–1473. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.068> (дата звернення: 01.05.2025). 7. Szakálné Kanó I., Vas Z., Klasová S. Emerging Synergies in Innovation Systems: Creative Industries in Central Europe. *Journal of the Knowledge Economy*. 2023. Vol. 14. P. 450–471. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s13132-021-00879-7>. (дата звернення: 01.05.2025).

REFERENCES:

1. Haskel J., Wallis G. Public support for innovation, intangible investment and productivity growth in the UK market sector. Final Report for NESTA. London, 2009. 67 p. URL: https://ricardoblaug.wordpress.com/wp-content/uploads/2009/12/intangibles_final.pdf (data zvernennia: 01.05.2025).
 2. Tuzhbaeva Zh. N., Egamberdieva Z. B., Tashkenbaev N. M. Creative Economy is a Basis of Innovative Development of National Economy. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2014. Vol. 140. P. 264–269. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S187704281403496X> (data zvernennia: 01.05.2025).
 3. Kopiika D. V. Kreatyvnyi imperatyv ekonomichnoho rozvytku: teoretyko-metodolohichni zasady formuvannia : dys. ... kand. ekonom. nauk : 08.00.01 / Kyivskiy natsionalnyi universytet imeni Tarasa Shevchenka. Kyiv, 2019. 275 s. URL: https://scc.knu.ua/upload/iblock/11c/dis_Kopiika%20D.V._new.pdf (data zvernennia: 01.05.2025).
 4. Petrova I. L. Rozvytok kreatyvnosti yak imperatyv stratehichnoho upravlinnia liudskymy resursamy. *Sotsialno-trudovi vidnosyny: teoriia ta praktyka*. 2022. T. 12. № 2. S. 40–48. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/206150aeb52f-4e47-b9a1-d4043f1d1cf3/content> (data zvernennia: 01.05.2025).
 5. Kajzer Mitchell I., Walinga J. The creative imperative: leveraging creativity, creative problem solving and insight for sustainability. *Journal of Cleaner Production*. 2017. Vol. 140. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0959652616315037> (data zvernennia: 01.05.2025).
 6. De Lucia C., Balena P., Stufano Melone M. R., Borri D. Policy, entrepreneurship, creativity and sustainability: The case of 'Principi Attivi' ('Active Ingredients') in Apulia Region (southern Italy). *Journal of Cleaner Production*. 2016. Vol. 135. P. 1461–1473. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.068> (data zvernennia: 01.05.2025).
 7. Szakálné Kanó I., Vas Z., Klasová S. Emerging Synergies in Innovation Systems: Creative Industries in Central Europe. *Journal of the Knowledge Economy*. 2023. Vol. 14. P. 450–471. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s13132-021-00879-7> (data zvernennia: 01.05.2025).
-

Niedielko D. V. [1; ORCID ID: 0009-0003-1054-866X],
Post-graduate Student

¹National University of Water and Environmental Engineering, Rivne

ECONOMY OF CREATIVE INDUSTRIES AS THE NEW PARADIGM

The article substantiates the theoretical foundations for the conceptualization of the creative imperative as a key phenomenon in the post-industrial model of economic development. It is argued that in the context of the knowledge-based economy, the creative imperative functions as a systemically integrated mechanism for transforming intangible resources into added economic and social value. The paper identifies five interrelated components of the creative imperative – knowledge, ideas, creativity, innovation, and entrepreneurial competencies – as structural elements of a dynamic model that explains the logic of value creation in the modern economy. Special attention is paid to the development of a structural-functional model that reveals the internal logic of the transition from cognitive resources to innovative products and services. The model demonstrates how knowledge serves as the initial intellectual foundation, which through creative recombination generates ideas that subsequently evolve into innovations under the influence of entrepreneurial action.

The article also examines the systemic properties of the creative imperative – synergy, adaptability, and multiplicativity – as factors that ensure the sustainability, flexibility, and scalability of creative-driven development. Synergy is interpreted as the ability of the creative economy's components to generate emergent effects exceeding the sum of their individual contributions. Adaptability reflects the capacity of creative agents to respond to external shocks such as technological shifts and socio-economic crises. Multiplicativity reveals the creative economy's potential to produce secondary effects in related sectors, promoting institutional, cultural, and behavioral transformations. The study employs an interdisciplinary methodological framework, drawing on cognitive economics, innovation management, and entrepreneurship theory. It is concluded that the creative imperative should be considered not only as an analytical category but also as a functional development model capable of ensuring long-term competitiveness and transformation of national economies under global uncertainty. The proposed conceptual framework may be applied to the design of strategic policies for economic modernization and sustainable development. Furthermore, the findings offer a theoretical basis for rethinking the role of human creativity in shaping future-oriented

economic systems.

Keywords: creative economy; creative imperative; knowledge; innovation; creativity; entrepreneurial competencies; systemic model; synergy; adaptability; multiplicative effect.

Отримано: 02 червня 2025 року
Прорецензовано: 07 червня 2025 року
Прийнято до друку: 04 липня 2025 року