

strategies of enterprises in the field of agribusiness is an essential means of maintaining/conquering market positions, optimizing limited resources and increasing profits from economic activity in the long term through the diagnosis of market demand, supply, price level and competition, and determining the vector of prospective production development. In addition, marketing communication involves influencing the market to maximize consumer satisfaction and, for the producer, protecting their interests.

Keywords: marketing, competitive marketing strategy, agribusiness, marketing tools, competitive advantages, agricultural enterprise, food market, methods of strategic analysis.

Стаття надійшла до редакції 28.01.2025р.

Бібліографічний опис статті:

Устік Т. В., Скупський Р. М., Білошапка Ю. М. Формування маркетингових конкурентних стратегій підприємства та їх особливості в агробізнесі. Актуальні проблеми інноваційної економіки та права. 2025. № 1. С. 40-45.

Ustik, T., Skupskiy, R., & Biloshapka, Y. Formation of marketing competitive strategies of the enterprise and their peculiarities in agribusiness. Actual problems of innovative economy and law. 2025. No. 1, pp. 40-45.

УДК: 330.342.23:004; JEL classification: R11, O33, O50

DOI: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2025-1-11>

ПЕРЕРВА Іванна Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування, <https://orcid.org/0000-0002-8119-7022>
 МАЗОРЕНКО Оксана Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування, <https://orcid.org/0000-0003-1784-697X>

DIGITAL TRANSFORMATION OF CREATIVE INDUSTRIES: CHALLENGES, OPPORTUNITIES AND THE ROLE OF DIGITAL TOOLS

Pererova I., Mazorenko O. Digital transformation of creative industries: challenges, opportunities and the role of digital tools.

This study aims to analyze the current challenges and opportunities for the development of creative industries in the context of digitalization and to assess the effectiveness of digital tools in facilitating the transformation of this sector. The article examines key technological trends, including artificial intelligence (AI), Metaverse, Big Data, and Digital Platforms, which are reshaping business models, monetization mechanisms, and audience interaction. To achieve this goal, a comprehensive interdisciplinary approach was applied, including an analysis of literary sources, statistical data, and practical cases of digital technology application in the creative sector. Comparative analysis methods were employed to identify key trends and challenges facing the industry. A systematic method was employed to classify digital tools, and a forecasting method was used to assess the prospects for further development of this sector in Ukraine and globally. As a result of the study, the main challenges facing creative industries in the digitalization era were identified, including issues related to funding, content monetization, legal regulation, competition with significant platforms, and the need to adapt business models to new realities. Special attention is given to the role of digital marketing tools in promoting creative content, shaping international reputation, and attracting investment. The scientific novelty of the study lies in its systematic approach to analyzing the impact of digital technologies on the development of creative industries, as well as in identifying the most effective strategies for adapting this sector to global changes. Recommendations are proposed to enhance state policies, develop digital infrastructure, and foster innovations in the creative economy. The practical significance of the study lies in its findings, which can be utilized by entrepreneurs, creative content developers, government bodies, and investors to develop and support effective strategies for the creative industries within the digital economy. The article's conclusions may also serve as a basis for developing policies that support the creative business sector, enhancing regulatory mechanisms, and attracting investments in this field. Future research prospects include a deeper analysis of the impact of specific digital tools on various areas of the creative economy, the development of models for effective metaverse utilization in business, and the evaluation of artificial intelligence potential in automating creative processes.

Keywords: creative industries, digitalization, innovative digital technologies, digital tools, digital platforms, development of creative industries, artificial intelligence, metaverse, big data, business models, digital marketing, content.

Statement of the problem. Creative industries are playing an increasingly important role in the development of modern economies, serving as a key driver of innovation and growth. They cover a wide range of areas – from art, design, music, and film to digital content, video games, and marketing services. According to UNESCO, the creative sector contributes more than 6.1% of the global GDP and generates approximately 50 million jobs worldwide. In the European Union, creative industries generate approximately 4.4% of the GDP and employ more than 7.6 million people [1; 2], making them one of the most dynamic sectors of the economy.

In Ukraine, the creative industries also have significant potential for economic development. Before the full-scale Russian invasion in February 2022, the sector generated about 4% of the country's GDP and provided over 300,000 jobs [3]. However, the war has had a significant impact on the sector, resulting in infrastructure losses, the relocation of professionals, and reduced funding. While the war has posed a considerable challenge to the development of the creative economy, it has also presented new opportunities for recovery and further growth. In addition, Ukraine's official EU candidate status, announced in June 2022, has contributed to increased European support for the Ukrainian creative industries.

In today's environment, digitalization is radically transforming the creative industries, opening up new growth opportunities while also creating numerous challenges. The use of artificial intelligence (AI), the Metaverse, big data, and digital platforms is transforming traditional business models, forcing companies to adapt to new conditions. At the same time, questions arise about content monetization, copyright protection, and competition with extensive technology corporations.

The relevance of this study lies in the need to understand current trends in the development of creative industries, analyze the challenges they face in the context of digitalization, and investigate digital tools that can contribute to their continued growth. The transition to digitalization is not just a technological but also a cultural process. Creative industries play a vital role in shaping national brands, stimulating economic growth, and driving social transformation. As the world constantly evolves and opens new horizons for creative professions, it is essential to understand how these changes will impact the future of the creative industries and how to utilize the potential provided by modern technologies effectively.

Analysis of recent research and publications. Research [4] indicates that digitalization is a crucial factor in the development of creative industries in Ukraine. Digital technologies not only automate business processes but also create new forms of interaction between content creators and consumers. In this regard, the introduction of digital brands, the involvement of local creators, and the integration of gamification as a tool for increasing the resilience and competitiveness of enterprises in the face of economic challenges become essential. Additionally, digitalization enables the creation of new products and services, significantly expanding the creative industry market in Ukraine and across Europe.

Digital technologies are creating new opportunities for the development of the creative economy, particularly by enhancing business efficiency, reducing costs, and streamlining production processes. This enables the creative industries to play a crucial role in driving economic growth, generating new jobs, and bolstering national economies, including in Ukraine. Digital platforms and other

¹Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

tools enable not only the distribution of content but also the attraction of investments, ensuring the sustainable development of the industry on an international level [5].

The transition to digital technologies has become crucial for the creative industries in Ukraine, particularly during times of war. Digitalization has helped compensate for the loss of material and human resources and has become an essential tool for adaptation and survival. At the same time, according to research [6], several challenges exist, including the need for businesses to adapt to new market conditions, the introduction of digital tools, and changes in the cultural context. However, this has also opened new opportunities for the development of local creative businesses, which are increasingly oriented towards the international market.

The analysis of the development of creative industries in the context of digitalization reveals several key issues that are the subject of ongoing scientific research. Modern scholars pay special attention to the impact of digital technologies on creative industries, their importance for economic development, and the obstacles and opportunities arising from the transformation of this sector.

One of the critical aspects is assessing the impact of digitalization on the recovery of the cultural and creative sectors during wartime. Dulska I. in [6] examines how digital technologies can contribute to the recovery of the cultural industry and the country's overall economic revival following the war. The author emphasizes the importance of adapting creative industries to new conditions and digital challenges.

Another area of scientific research is the analysis of the digital transformation of creative industries in Ukraine. Mazur, O., and Kvitka, S., in their study [7], examine how digital technologies are transforming the functioning of creative industries in Ukraine, which has a direct impact on the sector's competitiveness in the context of global economic shifts. The authors also emphasize the importance of developing policies and infrastructure to support creative industries in the context of digitalization.

Along with general digitalization, the role of individual technologies, such as Big Data, artificial intelligence (AI), and digital platforms, which are actively transforming the creative sector, is essential. Thus, I. Svyshchuk [8] explores the dynamics of creative industries' development, highlighting the role of digital platforms in transforming this sector, as well as the importance of developing new approaches to financing and integrating creative industries into global processes.

Oliinyk O. [9] examines the UK's experience in the digital transformation of the creative industries, focusing on regulatory, political, technological, and cultural aspects. The author highlights that active digital transformation began during the COVID-19 pandemic, resulting in significant changes to the organizational culture and business models of the creative industries. The UK has initiated projects such as the Creative Industries Clusters Programme, the Audience of the Future Challenge, and Towards a National Collection, aimed at supporting and developing digital innovation in creative industries.

Kichurchak M. [10] analyzes the impact of the information and communication technology sector on the formation of creative industries in European Union countries and examines the experience of structural transformations that can be applied to the development of these industries in Ukraine.

Peukert [11] analyzes the impact of the next wave of digital technological change on cultural industries, particularly in the context of digitalization and shifts in the consumption of cultural products.

In turn, Chandna V. and Salimath M. S. [12] examine the role of technology in shaping virtual enterprises and ecosystems within cultural and craft industries, primarily through online platforms and digital entrepreneurial models.

Li F. [13] presents a comprehensive model of digital transformation in business models of creative industries, with a focus on new trends and methods for adapting to digital change.

Betzler, D., and Leuschen, L. [14] examine the impact of digitalization on production chains in the creative industries, primarily using the examples of Swiss cinema and games, and assess their convergence.

Based on the analysis of recent research, several key recommendations can be made regarding the development of creative industries in Ukraine, particularly in the context of digitalization and the post-war recovery period. Firstly, it is worth focusing on the creation and development of digital brands, which will enhance the competitiveness of Ukrainian creative industries in the international market. Additionally, it is essential to invest in supporting local creators and collaborating with them, as this will facilitate the exchange of experiences and technologies. It is also necessary to introduce new technologies, particularly artificial intelligence, big data, the metaverse, and other digital platforms, which will expand the possibilities for creating and distributing content internationally [15].

The prospects of Metaverse and Big Data as new tools for developing creative industries are also gaining support among experts. The metaverse creates new opportunities for innovative activity, providing creators with access to virtual spaces for interacting with their audience, developing new forms of content, and exploring emerging business models. At the same time, Big Data is becoming increasingly essential for predicting trends and consumer preferences, enabling the better adaptation of products and services to market needs [4].

Research indicates that digitalization is a crucial factor in the development of creative industries, influencing organizational structures, business models, and cultural practices. The examples of the UK and EU countries demonstrate the effectiveness of integrating information and communication technologies into creative industries, which contributes to their sustainable development and global competitiveness.

In general, modern scientific publications provide a deeper understanding of the complexity and multifaceted nature of processes related to the digitalization of creative industries, as well as the need to introduce new technologies and institutional changes to achieve the sustainable development of this sector.

The purpose of the research. The purpose of this article is to identify the primary challenges in the digitalization process and examine key digital tools that contribute to their resolution.

To achieve the goal, the following tasks are planned:

to identify the main challenges facing the creative industries in the context of digitalization: to identify common problems faced by the creative sector (financing, legal regulation, monetization) and to consider issues related to digital transformations (copyright, competition with global platforms, adaptation of business models);

to explore digital tools that contribute to the development of the creative sector: to examine the prospects of Metaverse as a new space for innovative activity, to assess the role of Big Data in predicting trends and consumer preferences, and to study the importance of digital platforms for content distribution, project financing, and interaction between creators and audiences.

Presentation of the primary research material. Current trends in the development of creative industries are inextricably linked to the processes of digitalization and the introduction of innovative technologies. Artificial intelligence, metaverses, big data, and digital platforms are revolutionizing traditional approaches to content creation and distribution, unlocking new opportunities for artists, entrepreneurs, and consumers. This contributes to the globalization of the creative sector and the expansion of international

cooperation. Thus, creative industries are not only a vital component of the modern economy but also a driving force behind innovative development, creating new opportunities for economic growth, social integration, and cultural enrichment within society.

Despite the significant potential and recognition of Ukrainian creative services on the international stage, various internal and external challenges may limit their

development. These include the lack of sufficient government support, investment problems, difficulties in adapting to digital changes, and other factors that affect the ability of creative industries to compete on a global scale.

Therefore, it is essential to analyze the primary challenges facing Ukraine's creative industries to ensure the sustainable development of this crucial sector of the economy. The main challenges are summarized in Table 1.

Table 1

Key challenges for ensuring sustainable development of creative industries in the context of digitalization

Challenges/Barriers	Key aspects	Essence
Technical and infrastructure	Insufficient access to innovative technologies	Not all participants in the creative industries have access to the latest digital tools and technologies. This may be due to the high cost of software or hardware.
	Infrastructure constraints	Some regions may lack digital infrastructure, including limited access to high-speed internet and unreliable servers for data storage.
	Problems with intellectual property protection (piracy, copyright infringement)	With digitalization, it has become increasingly easy to copy and distribute content without the authors' permission, creating challenges for creators and companies that want to protect their work.
	Changing monetization models (Digital Platforms)	Traditional methods of monetizing content, such as selling physical copies, are losing relevance, and the creative industries are being forced to adapt to new digital models, including subscriptions, microtransactions, and streaming platforms.
Education and training of personnel	Insufficient digital literacy	Many professionals in creative industries may lack the necessary skills to work effectively with emerging technologies, such as artificial intelligence, 3D design, or virtual reality.
	Outdated curricula	Educational programs often lack the time to adapt to the rapidly changing digital environment, resulting in staff who are not always prepared to work with modern tools and methods.
Economic and business challenges	The need to adapt to new platforms	Brands and creative companies must actively utilize new platforms to promote their content, including social networks, online galleries, and streaming services. This requires adapting to new formats and market demands.
	Changing relationships with the audience	Digitalization enables much greater interaction with the audience, but it also requires creators to consistently maintain an online presence, respond to feedback promptly, and stay current with trends.
	Competition and content overload	The growing amount of content on the Internet creates competition for users' attention. It is increasingly challenging for creators to stand out among the vast number of offers.
	Problems with monetization of digital products	Given the abundance of free content on the internet, creators and companies face challenges in developing sustainable business models that enable them to profit from digital content.
	Financial instability	Creative industries are dependent on investments or subsidies and may be at risk in the event of crises or economic fluctuations.
Social and cultural	Preservation of cultural identity	Digitalization can threaten the preservation of local cultures and traditions, as global platforms can dominate local initiatives.
	Technophobia and adaptation to change	Some creators are not ready for rapid changes, fearing that new technologies will undermine their traditional working methods or diminish the human element in creative processes.
	Accessibility of content for different population groups	Not everyone has equal access to digital technologies, which can lead to a digital divide between different population groups, particularly in cultural and social aspects.
Ethical challenges	Artificial Intelligence and Automation (Impact on Creative Professions)	The development of artificial intelligence may impact jobs in creative industries, particularly those related to writing, design, and music.

Source: Compiled by the authors based on the analysis of sources [1; 4; 8; 9; 16; 17; 18; 19; 20]

The digitalization of creative industries presents numerous opportunities, but it also requires significant efforts to adapt to new technologies, changing business models, audience interaction, and internal organization. Therefore, it is essential to address these challenges through investments in infrastructure, education, innovative approaches to monetization, and adherence to ethical standards. To overcome technical, economic, social, and moral challenges, it is crucial to capitalize on the opportunities presented by digital tools. They allow creators and creative industries companies not only to work effectively in conditions of rapid market transformation but also to find new ways to develop their businesses and innovative processes. This may include the implementation of the latest technologies for automation, the use of platforms for audience engagement, and the development of new models for content monetization.

As these industries become increasingly digitalized, there is a need for innovative tools that allow creative entrepreneurs, artists, and marketers to adapt to the new environment. One such tool is the utilization of digital technologies, including Artificial Intelligence (AI), Big Data, Virtual Spaces, and Digital Platforms.

For the development of creative industries, it is essential to implement digital marketing tools that not only expand audiences but also create new formats for interaction between brands, cultural projects, and end consumers.

This creates new opportunities for territorial development, allowing cities or regions to actively utilize digital technologies to promote their cultural and economic initiatives. An overview of the use of modern digital tools in the context of developing creative industries is presented in Table 2.

In the context of globalization and rapid technological advancements, territory marketing is evolving into new forms. Digital tools enable the creation of digital brands for cities and regions that promote cultural, tourism, and business initiatives. Modern marketing campaigns for territories often incorporate the use of social media, content marketing, video advertising, and influence partnerships to promote local cultural events, festivals, or even cities as tourist destinations [4].

Geolocation tools and the use of AR to create virtual tours and interactive maps also help increase the appeal to both local and international tourists. Moreover, digital tools enable the creation of interactive campaigns to promote local cultural initiatives. The use of AI and Big Data to analyze the preferences of citizens and tourists empowers the development of effective strategies for interacting with different groups. It is also essential to utilize social networks to engage citizens in cultural events and initiatives, such as through promotions on Instagram or TikTok.

Digital platforms play a crucial role in financing and supporting cultural initiatives in various territories [22].

Crowdfunding platforms, such as Kickstarter or Patreon, enable the development of projects related to cultural events, the renovation and preservation of historical

monuments, and the creation of new cultural centers. This also helps attract an international audience, which in turn enhances the territory's global image.

Table 2

Digital tools and their application for the development of creative industries

Tool	Essence	Applications in creative industries
Artificial Intelligence (AI)	Using algorithms to automate content creation, personalization, and recommendation processes.	Content generation (texts, images, music). Personalization of marketing campaigns. Recommendation systems for promoting products and services.
Virtual Spaces and the Metaverse	Creating interactive, virtual environments for user interaction.	Virtual exhibitions and festivals. Interactive events, concerts, and presentations. Virtual galleries and sale of creative works.
Big Data	Collecting and analyzing large amounts of consumer data to identify trends and predict behavior.	Analysis of consumer preferences and behavior. Forecasting trends and adapting products to changes in demand. Creating personalized products and services.
Digital Platforms	Platforms for interaction between content creators and their audience, as well as sales and financing of projects.	Sale of artwork (online galleries, music streaming services). Crowdfunding to support creative initiatives. Creating online platforms for fundraising and supporting innovative projects.

Source: Compiled by the authors based on the analysis of sources [4; 21; 22; 23]

Digital tools, including AI, Big Data, virtual spaces, and digital platforms, are powerful tools for the development of creative industries. They not only change approaches to content production but also enable you to optimize marketing strategies, expand your audience, and enhance the efficiency of interaction with the end consumer. At the same time, for maximum effect, it is essential to integrate these tools properly into the development strategies of territorial brands and creative projects, enabling the innovative development of cultural and economic initiatives at the local level.

Conclusions and prospects for further research.

Thus, as already noted, creative industries play a crucial role in the modern economy, significantly influencing GDP, job creation, and the introduction of innovative technologies. They contribute to the development of national brands, the preservation and promotion of cultural

heritage, and the integration of local markets into the global economy.

Special attention was paid to digital technologies that contribute to the transformation of creative industries. In particular, the roles of Artificial Intelligence, the Metaverse, Big Data, and Digital Platforms in the development of this sector were analyzed. These technologies enable the automation of creative processes, provide personalized content, enhance audience interaction efficiency, and expand the possibilities for monetizing creative products.

Marketing tools that contribute to the popularization of creative projects, territorial branding, and the international image of Ukrainian creative industries were also taken into consideration. The implementation of effective marketing strategies and the use of analytical platforms can increase the competitiveness of the Ukrainian creative sector on the global stage.

Література.

- Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України / О. Ніколаєва та ін. 2021. 111 с. URL: https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf?utm_source=chatgpt.com.
- Токарев М. Не одними айтівіцями. Що креативні індустрії зможуть запропонувати Україні. *Економічна правда* : веб-сайт. URL: https://pravda.com.ua/columns/2023/01/19/696149/?utm_source=chatgpt.com.
- Креативні індустрії: їх роль та місце у сучасному українському суспільстві. Міністерство культури та стратегічних комунікацій України : веб-сайт. URL: https://mcsc.gov.ua/news/kreatyvni-industriyi-yih-rol-ta-misce-u-suchasnomu-ukrayinskomu-suspilstvi/?utm_source=chatgpt.com.
- Прокопенко С. Напрямки підвищення ефективності використання діджитал інструментів маркетингу для розвитку креативних індустрій територій. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 70. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-53>.
- Цифрова трансформація економіки України в умовах війни. Національний інститут стратегічних досліджень: веб-сайт. URL: https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/tsyfrova-transformatsiya-ekonomiky-ukrayiny-v-umovakh-viyny-hruden-2023?utm_source=chatgpt.com.
- Дульська І. Роль цифровізації креативних індустрій у воєнний час і в період післявоєнного відновлення України. *Економіка України*. 2024. Вип. 67. № 07 (752). С. 70-93. URL: <https://doi.org/10.15407/economyukr.2024.07.070>.
- Мазур О., Квітка С. Вплив цифрової трансформації на розвиток креативних індустрій. *Аспекти публічного управління*. 2024. Том 12. № 1. С. 121-128. DOI: <https://doi.org/10.15421/152416>.
- Свищук І. Л. Сучасні тренди розвитку креативних індустрій в Україні. *Сталий розвиток економіки*. 2025. №1(52). С. 150-157. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-52-21>.
- Олійник О. Цифрова трансформація креативних індустрій: британський кейс. *Питання культурології*. 2023. № 42, С. 206-218. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293779>.
- Кічурчак М. Сектор інформаційно-комунікаційних технологій як чинник формування креативних індустрій у країнах європейського союзу: досвід структурної трансформації для України. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 1(48), 399-408. <https://doi.org/10.55643/fcapter.1.48.2023.3934>.
- Peukert C. The next wave of digital technological change and the cultural industries. *Journal of Cultural Economics*. 2019. Vol. 43 (2). pp. 189-210. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10824-018-9336-2>.
- Chandna V., Salimath M. S. When technology shapes community in the Cultural and Craft Industries: Understanding virtual entrepreneurship in online ecosystems. *Technovation*. 2020. Vol. 92-93, 102042. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.06.005>.
- Li F. The digital transformation of business models in the creative industries: A holistic framework and emerging trends. *Technovation*. 2020. Vol. 92-93, 102012. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2017.12.004>.
- Betzler D., Leuschen L. Digitised value chains in the creative industries: Is there a convergence of Swiss film and game production? *Creative Industries Journal*. 2021. Vol. 14. Issue 3, pp. 226-244. DOI: <https://doi.org/10.1080/17510694.2020.1796440>.
- Культура та креативні індустрії в Україні: стійкість відновлення, інтеграція з ЄС : підсумковий звіт. Червень 2024 р. / підр. А. Карнаух, К.Кравчук. 2024. 47 с. URL: <https://www.cultureinexternalrelations.eu/wp-content/uploads/2024/07/DGEAC-CRP-UA-Report-July-2024-UA.pdf>.
- Безугла Л., Лазаківич І. Креативні індустрії та креативна економіка: досвід України в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 63. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-30>.
- Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD : веб-сайт. URL: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024>.
- Кобець Д. Вплив діджиталізації на маркетингові стратегії на ринку B2C. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 47. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-46>.
- Плежан Х. В. Світовий досвід трансформаційних змін розвитку креативних індустрій: культурологічні аспекти дослідження. *Вісник мариупольського державного університету серія: філософія, культурологія, соціологія*. 2023. Вип. 25. С. 78-93. DOI: <https://doi.org/10.34079/2226-2830-2023-13-25-78-93>.

20. **Осадча О. О., Неделько Д. В.** Сприяння розвитку креативних індустрій в Україні: аналіз існуючих фінансових механізмів підтримки. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2025. Вип. 1(16). С. 124–131. URL: <http://dees.iei.od.ua/index.php/journal/article/view/570/550>.
 21. **Грабович І. В.** Світові тенденції застосування інструментів цифрового маркетингу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету : серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2022. Вип. 42. С. 34–41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2022-42-6>.
 22. **Pletsan K.** Theoretical and Methodological Principles of Digitalisation of Cultural Space in the Process of Creative Industry Development in Ukraine. *Culture and Arts in the Modern World*. 2021. Issue 22. pp. 85–102. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1915.22.2021.235897>.
 23. **Stepanova T.** Globalization and Its Impact on Cultural Management and Creative Economy. *Socio-Cultural Management Journal*. 2024. Vol. 7 № 1. pp. 65–83. DOI: <https://doi.org/10.31866/2709-846X.1.2024.304778>.
- References.**
1. Kreatywni indystryi: vplyv na rozvytok ekonomiky Ukrainy [Creative Industries: Impact on the Development of Ukraine's Economy] / O. Nikolaieva ta in. (2021). 111 s. Available at: https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreatywni-indystryi-Zvit.pdf?utm_source=chatgpt.com.
 2. **Tokariyev, M.** Ne odnymy ajtvciamy. Shcho kreatywni indystryi zmozhut' zaproponuvaty Ukraini [Not Only IT Specialists: What Creative Industries Can Offer Ukraine]. *Ekonomichna pravda* : website. Available at: https://epravda.com.ua/columns/2023/01/19/696149/?utm_source=chatgpt.com.
 3. Kreatywni indystryi: yikh rol' ta miste u suchasnomu ukayins'komu suspil'stvi [Creative Industries: Their Role and Place in Modern Ukrainian Society]. Ministerstvo kultury ta stratehichnykh komunikacy Ukrainy : website. Available at: https://mcsc.gov.ua/news/kreatywni-indystryi-yih-rol-ta-misce-u-suchasnomu-ukayinskomu-suspilstvi/?utm_source=chatgpt.com.
 4. **Prokopenko, S.** Napryamky pidsyshennya efektyvnosti vykorystannya didzhytal'nykh instrumentiv marketynhu dlya rozvytku kreatyvnykh indystryi terytoriy [Directions for Increasing the Effectiveness of Using Digital Marketing Tools for the Development of Creative Industries of Territories]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 2024, Issue 70. Available at: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-53>.
 5. Tsyfrova transformatsiya ekonomiky Ukrainy v umovakh viyny [Digital Transformation of Ukraine's Economy During the War]. Natsional'nyy instytut stratehichnykh doslidzhen' : website. Available at: https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/tsyfrova-transformatsiya-ekonomiky-ukrainy-v-umovakh-viyny-hruden-2023?utm_source=chatgpt.com.
 6. **Dul'ska, I.** Rol' tsyfrovizatsii kreatyvnykh indystryi u voiennoy chas i v period pislyavoyennogo vidnovlennya Ukrainy [Role of Digitalization of Creative Industries During the War and Post-War Reconstruction of Ukraine]. *Ekonomika Ukrainy*, 2024, Issue 67, No. 07 (752), pp. 70–93. Available at: <https://doi.org/10.15407/economyukr.2024.07.070>.
 7. **Mazur, O., & Kvytka, S.** Vplyv tsyfrovoi transformatsii na rozvytok kreatyvnykh indystryi [Impact of Digital Transformation on the Development of Creative Industries]. *Aspekty publichnoho upravlinnya*, 2024, Vol. 12, No. 1, pp. 121–128. DOI: <https://doi.org/10.15421/152416>.
 8. Suchasni trendy rozvytku kreatyvnykh indystryi v Ukraini [Current Trends in the Development of Creative Industries in Ukraine]. *Stalyj rozvytok ekonomiky*, 2025, No. 1(52), pp. 150–157. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2025-52-21>.
 9. **Oliinyk, O.** Tsyfrova transformatsiya kreatyvnykh indystryi: brytans'kyj kejs [Digital Transformation of Creative Industries: The British Case]. *Pytannia kulturnolohii*, 2023, No. 42, pp. 206–218. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293779>.
 10. **Kichurchak, M.** Sektor informatsiyno-komunikatsiynykh tekhnolohiy yak chynnyk formuvannya kreatyvnykh indystryi u krayinakh Yevropejs'koho soyuzy: dosvid struktural'noyi transformatsii dlya Ukrainy [The Information and Communication Technologies Sector as a Factor in the Formation of Creative Industries in EU Countries: Experience of Structural Transformation for Ukraine]. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*, 1(48), pp. 399–408. DOI: <https://doi.org/10.55643/fcapter.1.48.2023.3934>.
 11. **Peukert, C.** The Next Wave of Digital Technological Change and the Cultural Industries. *Journal of Cultural Economics*, 2019, Vol. 43 (2), pp. 189–210. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10824-018-9336-2>.
 12. **Chandna, V., & Salimath, M. S.** When Technology Shapes Community in the Cultural and Craft Industries: Understanding Virtual Entrepreneurship in Online Ecosystems. *Technovation*, 2020, Vol. 92–93, 102042. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.06.005>.
 13. **Li, F.** The Digital Transformation of Business Models in the Creative Industries: A Holistic Framework and Emerging Trends. *Technovation*, 2020, Vol. 92–93, 102012. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2017.12.004>.
 14. Betzler, D., & Leuschen, L. Digitised Value Chains in the Creative Industries: Is There a Convergence of Swiss Film and Game Production? *Creative Industries Journal*, 2021, Vol. 14, Issue 3, pp. 226–244. DOI: <https://doi.org/10.1080/17510694.2020.1796440>.
 15. Kultura ta kreatywni indystryi v Ukraini: stiikist' vidnovlennya, intehratsiya z YEVS [Culture and Creative Industries in Ukraine: Resilience of Recovery, Integration with the EU]: Pidsumkovyiy zvit. (Cherven 2024). / Pidh. A. Karnauh, K. Kravchuk. 2024. 47 s. Available at: <https://www.cultureinexternalrelations.eu/wp-content/uploads/2024/07/DGEAC-CRP-UA-Report-July-2024-UA.pdf>.
 16. **Bezugla, L., Lazakovich, I.** Kreatywni indystryi ta kreatyvna ekonomika: dosvid Ukrainy v umovakh viyny [Creative Industries and Creative Economy: Ukraine's Experience in Wartime]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 2024, Issue 63. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-30>.
 17. Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD: website. Available at: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024>.
 18. **Kobyts, D.** Vplyv didzhytalizatsii na marketynhovi stratehii na rynku B2C [Impact of Digitalization on Marketing Strategies in the B2C Market]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 2023, Issue 47. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-46>.
 19. **Pletsan, K.** Svitoviy dosvid transformatsiynykh zmin rozvytku kreatyvnykh indystryi: kulturnolohichni aspekty doslidzhennya [Global Experience of Transformational Changes in the Development of Creative Industries: Cultural Aspects of Research]. *Visnyk Mariupol'skoho derzhavnoho universytetu, Series: Philosophy, Cultural Studies, Sociology*, 2023, Issue 25, pp. 78–93. DOI: <https://doi.org/10.34079/2226-2830-2023-13-25-78-93>.
 20. **Osadcha, O. O., Nedel'ko, D. V.** Spryannya rozvytku kreatyvnykh indystryi v Ukraini: analiz isnu-yuchykh fiskal'nykh mekhanizmiv pidtrymky [Promoting the Development of Creative Industries in Ukraine: Analysis of Existing Fiscal Support Mechanisms]. *Tsyfrova ekonomika ta ekonomichna bezpeka*, 2025, Issue 1(16), pp. 124–131. Available at: <http://dees.iei.od.ua/index.php/journal/article/view/570/550>.
 21. **Hraborovych, I. V.** Svitovi tendentsii zastosuvannya instrumentiv tsyfrovoho marketynhu [Global Trends in the Use of Digital Marketing Tools]. *Naukovyi visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu, Series: International Economic Relations and World Economy*, 2022, Issue 42, pp. 34–41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2022-42-6>.
 22. **Pletsan, K.** Teoretychni ta metodolohichni pryntsypy tsyfrovyzatsii kulturnoho prostoru v protsesi rozvytku kreatyvnykh indystryi v Ukraini [Theoretical and Methodological Principles of Digitalization of Cultural Space in the Process of Creative Industry Development in Ukraine]. *Culture and Arts in the Modern World*, 2021, Issue 22, pp. 85–102. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1915.22.2021.235897>.
 23. **Stepanova, T.** Globalization and Its Impact on Cultural Management and Creative Economy. *Socio-Cultural Management Journal*, 2024, Vol. 7, No. 1, pp. 65–83. DOI: <https://doi.org/10.31866/2709-846X.1.2024.304778>.

Аннотація.

Перерва І. М., Мазоренко О. В. Цифрова трансформація креативних індустрій: виклики, можливості та роль діджитал-інструментів.

Метою дослідження є аналіз сучасних викликів та можливостей для розвитку креативних індустрій в умовах цифровізації, а також оцінка ефективності діджитал-інструментів, які сприяють трансформації цього сектора. У статті розглянуто ключові технологічні тренди, включаючи штучний інтелект (AI), метавсесвіт (Metaverse), великі дані (Big Data) та цифрові платформи (Digital Platforms), що змінують бізнес-моделі, механізми монетизації та взаємодію з аудиторією. Для досягнення поставленої мети використано комплексний

міждисциплінарний підхід, що включає аналіз літературних джерел, статистичних даних та практичних кейсів застосування цифрових технологій у креативному секторі. Використано методи порівняльного аналізу для визначення ключових тенденцій та викликів, що стоять перед індустрією, метод систематизації для класифікації діджитал-інструментів, а також метод прогнозування для оцінки перспектив подальшого розвитку цього сектора в Україні та світі. У результаті дослідження виявлено основні виклики, що стоять перед креативними індустріями в умовах цифровізації, включаючи проблеми з фінансуванням, монетизацією контенту, правовим регулюванням, конкуренцією з великими платформами та необхідністю адаптації бізнес-моделей до нових реалій. Окрему увагу приділено ролі цифрових маркетингових інструментів, які сприяють просуванню креативного контенту, формуванню міжнародного іміджу та залученню інвестицій. Наукова новизна дослідження полягає в системному підході до аналізу впливу цифрових технологій на розвиток креативних індустрій, а також у визначенні найбільш ефективних стратегій адаптації цього сектора до глобальних змін. Запропоновано рекомендації щодо вдосконалення державної політики, розвитку цифрової інфраструктури та підтримки інновацій у сфері креативної економіки. Практична значущість роботи полягає в тому, що результати дослідження можуть бути використані підприємцями, розробниками креативного контенту, державними органами та інвесторами для формування ефективних стратегій розвитку та підтримки креативних індустрій в умовах цифрової економіки. Висновки статті також можуть стати основою для розробки політичних підтримки креативного бізнесу, удосконалення механізмів державного регулювання та залучення інвестицій у цей сектор. Перспективи подальших досліджень охоплюють глибший аналіз впливу конкретних цифрових інструментів на різні сфери креативної економіки, розробку моделей ефективного використання метавесвітів для бізнесу та оцінку потенціалу штучного інтелекту в автоматизації творчих процесів.

Ключові слова: креативні індустрії, діджиталізація, інноваційні цифрові технології, діджитал-інструменти, діджитал платформи, розвиток креативних індустрій, штучний інтелект, метавесвіт, великі дані, бізнес-моделі, цифровий маркетинг, контент.

Стаття надійшла до редакції 02.03.2025 р.

Бібліографічний опис статті:

Перерва І. М., Мазоренко О. В. Цифрова трансформація креативних індустрій: виклики, можливості та роль діджитал-інструментів. Актуальні проблеми інноваційної економіки та права. 2025. № 1. С. 45-50.

Perera I., Mazorenko O. Digital transformation of creative industries: challenges, opportunities and the role of digital tools. Actual problems of innovative economy and law. 2025. No. 1, pp. 45-50.

УДК: 658.8:004; JEL classification: M31

DOI: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2025-1-12>

ГУЦАЛЮК Олексій Миколайович, доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу, ПЗВО «Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова», <http://orcid.org/0000-0002-6541-4912>

МІРЗОЕВ Джавід Ширзад огли, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, <https://orcid.org/0000-0002-3555-7672>

ФОРМУВАННЯ ДИДЖИТАЛ-ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Гуцалюк О. М., Мірзоев Д. Ш. огли Формування диджитал-інструментів маркетингу в сучасних умовах.

У статті досліджуються сучасні підходи до використання диджитал-інструментів маркетингу для розвитку креативних індустрій. Автори пропонують маркетинговий підхід, що дозволяє компаніям оперативно адаптуватися до змін у поведінці споживачів і ринкових умовах, забезпечуючи гнучкість та ефективне використання ресурсів. Запропоновано порядок формування диджитал-інструментів маркетингу, що сприяє підвищенню їхньої конкурентоспроможності, ефективнішому охопленню аудиторії та формуванню унікальної маркетингової стратегії. Особливу увагу приділено інтеграції технологій штучного інтелекту, аналізу даних, соціальних мереж та автоматизації маркетингових процесів. Стаття містить практичні рекомендації для підприємств, які прагнуть оптимізувати свої маркетингові комунікації, підвищити ефективність цифрових компаній та забезпечити сталий розвиток у цифрову епоху.

Ключові слова: маркетинг, диджитал-інструменти маркетингу, маркетингові комунікації, креативні індустрії, стратегія, розвиток.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Дослідження, проведені міжнародними кампаніями в сфері маркетингу, свідчать, що цифровий маркетинг у 2025 р. стає ще більш персоналізованим, інтерактивним і технологічно розвиненим [8; 10; 11]. Такі інструменти, як штучний інтелект, голосовий пошук, соціальні мережі та доповнена реальність, змінюють способи взаємодії брендів зі споживачами. Це потребує розробки нової стратегії ведення бізнесу, орієнтованої на вивчення потреб споживачів та створення цінності для них з метою досягнення конкурентних переваг. Спосіб, метод, стратегія вирішення певного завдання, досягнення мети чи аналізу явища, загальний напрям дій, принципи та методи, які використовуються для розв'язання проблеми або реалізації задуму – все це поєднується у маркетинговому підході. Необхідно лише зважено підійти до вибору підходу, який має визначати, як компанія взаємодіє з ринком, формує попит і буде довгостроковим відносини з клієнтами, і це є актуальним питанням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед іноземних учених, які займалися питанням формування диджитал-інструментів маркетингу, можна виділити Р. Акермана, Р. Бартелса, Б. Бермана, Д. Вуда, М. Герці, С. Дібба, Д. Енджела, Дж. Зальтман, А. Керолла, Ф. Котлера, Дж. Лаком та інші вчені. Розробкою цієї проблематики займалися українські вчені О. Бойко, А. Копейко, М. Окландер, Е. Кан, Є. Крикавський, О. Мних.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є формування диджитал-інструментів маркетингу на прикладі креативних індустрій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Впродовж останніх років у маркетингу відбулися значні зміни завдяки значному переходу на цифрові

платформи. Цифровий маркетинг став зосереджуватися на розвитку онлайн-медіа та інтернету за рахунок збільшення кількості підключених пристроїв, таких як ноутбуки, мобільні телефони, планшети. Завдяки цьому було розроблено багато інструментів цифрового маркетингу, які допомагають маркетологам і брендам поширювати свої повідомлення в інтернеті та розвивати свій цифровий бізнес. За прогнозами німецької онлайн-платформи «Statista», яка спеціалізується на зборі та візуалізації даних, у 2024 р. витрати на цифрову рекламу в усьому світі досягнуть 695,66 млрд дол. США, а до 2026 р. вони перевищать 835 млрд дол. [6]. Споживачі проводять все більше свого часу в інтернеті та відійшли від традиційних ЗМІ, що передбачає використання омніканального маркетингу. Тобто використання диджитал-інструментів маркетингу зосереджується на охопленні клієнтів за допомогою повідомлень, орієнтованих на конверсію, через кілька каналів, коли вони рухаються вниз воронкою продажів. У більшості випадків кінцевою метою є продажі. Інструменти та платформи цифрового маркетингу допомагають суб'єктам господарювання функціонувати в цифровому світі. Технічно диджитал-інструменти маркетингу вирішують одну задачу для маркетологів, тоді як платформи цифрового маркетингу пропонують рішення для багатьох маркетингових проблем.

Підсумовуючи наведені думки експертів та наявні статистичні дані, можна визначити такі тенденції [8-11]:

1. Активне використання штучного інтелекту (ШІ) та машинного навчання для аналізу поведінки споживачів. ШІ допомагає суб'єктам господарювання краще розуміти своїх клієнтів і підвищувати