

РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ВИДАВНИЧИЙ ДІМ «ГЕЛЬВЕТІКА»

**ISSN (PRINT): 2786-8559**

**ISSN (ONLINE): 2786-8567**

# VIA ECONOMICA

Випуск 7, 2024



Видавничий дім  
«Гельветика»  
2024

## УДК 33(051)

**Головний редактор: Панюк Тетяна Петрівна**, к.е.н., професор кафедри економіки та управління бізнесом, Рівненський державний гуманітарний університет

**Заступник головного редактора: Пелех Оксана Богданівна**, д.е.н., професор, Рівненський державний гуманітарний університет

### Члени редакційної колегії:

**Бочко Олена Юрійвна**, д.е.н., професор, Національний університет «Львівська політехніка»

**Глинський Назар Юрійович**, д.е.н., доцент, Національний університет «Львівська політехніка»

**Гринів Тетяна Теодозіївна**, к.е.н., доцент, Національний університет «Львівська політехніка»

**Конарівська Оксана Богданівна**, к.е.н., доцент, Національний університет водного господарства та природокористування

**Косар Наталія Степанівна**, к.е.н., доцент, Національний університет «Львівська політехніка»

**Крайчук Сергій Олександрович**, к.т.н., доцент, Рівненський державний гуманітарний університет

**Кратт Олег Адольфович**, д.е.н., професор, Київський національний університет театру, кіно і телебачення імені І.К. Карпенка-Карого

**Мальчик Мар'яна Василівна**, д.е.н., професор, Національний університет водного господарства та природокористування

**Мельник Леонід Васильович**, д.е.н., професор, Національний університет водного господарства та природокористування

**Осадча Ольга Олексіївна**, д.е.н., професор, Національний університет водного господарства та природокористування

**Паламарчук Оксана Степанівна**, к.е.н., доцент, Рівненський державний гуманітарний університет

**Партич Галина Остапівна**, к.е.н., професор, Національний університет «Львівська політехніка»

**Полінкевич Оксана Миколаївна**, д.е.н., професор, Луцький національний технічний університет

**Попко Олена Володимирівна**, д.е.н., професор, Національний університет водного господарства та природокористування

**Тринчук Віктор Вікторович**, к.е.н., доцент, Луганський національний університет імені Тараса Шевченка

**Хома Ірина Борисівна**, д.е.н., професор, Національний університет «Львівська політехніка»

**Юськів Богдан Миколайович**, д.пол.н., к.е.н., професор, Рівненський державний гуманітарний університет

**Юхименко-Назарук Ірина Анатоліївна**, д.е.н., професор, Рівненський державний гуманітарний університет

**Jacek Piotr Binda**, Asc Prof. eng., Rector, Bielsko-Biała School of Finance and Law (Poland)

**Aleksander Sapiński**, Department of Law and Social Science, Institute of Management and Information Technology in Bielsko-Biała (Poland)

Реєстрація суб'єкта у сфері друківаних медіа:  
Рішення Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення № 1742 від 23.05.2024 року

Ідентифікатор медіа: R30-04136

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України в галузі економічних наук (категорія «Б»)

Наказ Міністерства освіти і науки України від 25.10.2023 року № 1309 (додаток 4)

Спеціальності:

051 – Економіка;

071 – Облік і оподаткування;

072 – Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок;

073 – Менеджмент; 075 – Маркетинг;

076 – Підприємництво та торгівля

Затверджено до друку та поширення через мережу інтернет відповідно до рішення Вченої ради Рівненського державного гуманітарного університету (протокол від 17.12.2024 р. № 13)

*Відповідно до Закону про авторські права, при використанні наукових ідей та матеріалів цього випуску посилання на авторів і видання є обов'язковим. Передрук і переклади дозволяються лише зі згоди автора та редакції.*

Матеріали друкуються мовою оригіналу. Відповідальність за добір і викладення фактів несуть автори. Редакція не завжди поділяє точку зору авторів публікацій.

Статті у виданні перевірені на наявність плагіату за допомогою програмного забезпечення StrikePlagiarism.com від польської компанії Plagiat.pl.

---

**ЗМІСТ**

<i>Балик У. О.</i> ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНСТРУМЕНТІВ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ЦИФРОВІЗАЦІЇ.....	5
<i>Безтелесна Л. І., Паламарчук О. С.</i> ЗМІНА СПОЖИВЧОГО АСОТИМЕНТУ В УКРАЇНІ ПІД ВПЛИВОМ КРИЗОВИХ СИТУАЦІЙ.....	13
<i>Гладчук Г. Г., Косата І. А., Гладчук М. В.</i> ОЦІНКА РОЛІ ІНТЕГРОВАНИХ ОБЛІКОВИХ СИСТЕМ В УПРАВЛІННІ ДАНИМИ ТА ПРИЙНЯТТІ РІШЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВАХ.....	19
<i>Колотіліна О. В., Бухтіарова А. Г.</i> ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ ВИМУШЕНОЇ МІГРАЦІЇ ОСВІТЯН ТА СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ.....	27
<i>Кордзая Н. Р.</i> МАРКЕТИНГОВІ МОЖЛИВОСТІ МЕСЕНДЖЕРУ WHATS APP ПРИ ПРОСУВАННІ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ НА РИНОК.....	33
<i>Nataliia Melnyk</i> DESCRIPTION OF EVALUATION METHODS RISKS OF THE BUDGET PROCESS.....	38
<i>Петриняк У. Я., Дудла О. М.</i> ІДЕЯ БІЗНЕС-СТРУКТУР – ВІД ГЕНЕРУВАННЯ ДО РЕАЛІЗАЦІЇ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	43
<i>Пляшко О. С., Панюк Т. П., Хомич С. В.</i> ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ В КРЕАТИВНІЙ ЕКОНОМІЦІ: ВІД СУТНОСТІ ДО УПРАВЛІННЯ.....	50
<i>Поляк К. Ю., Вальковець А. С.</i> ЗАСТОСУВАННЯ ШІ ПРИ ФОРМУВАННІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В МАРКЕТИНГУ.....	59
<i>Petru Roshka</i> INTERNATIONAL INTEGRATION OF MOLDOVA AS A FACTOR OF ECONOMIC DEVELOPMENT.....	64
<i>Савченко О. Р., Дем'янюк О. О.</i> PUBLIC RELATIONS СФЕРИ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ.....	75
<i>Смолич Д.В.</i> НАПРЯМКИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ПОСИЛЕННЯ ПОІНФОРМОВАНОСТІ ГРОМАДСЬКОСТІ ПРО ДІЯЛЬНІСТЬ НЕУРЯДОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ПІДТРИМКИ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....	82
<i>Черевашко Д. Р.</i> ВИКОРИСТАННЯ НАТИВНОЇ РЕКЛАМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В МІЖНАРОДНОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	90

---

---

**CONTENTS**

<i>Ulyana Balyk</i>	
TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF DIGITAL MARKETING TOOLS IN THE CONTEXT OF GLOBAL DIGITALIZATION.....	5
<i>Lyudmyla Beztelesna, Oksana Palamarchuk</i>	
CHANGES IN THE CONSUMER RANGE IN UKRAINE UNDER THE INFLUENCE OF CRISIS SITUATIONS.....	13
<i>Halyna Hladchuk, Inna Kosata, Mykola Hladchuk</i>	
ASSESSMENT OF THE ROLE OF INTEGRATED ACCOUNTING SYSTEMS IN DATA MANAGEMENT AND DECISION-MAKING AT ENTERPRISES.....	19
<i>Olena Kolotilina, Alina Bukhtiarova</i>	
CAUSES AND CONSEQUENCES OF FORCED MIGRATION OF EDUCATORS AND YOUTH STUDENTS.....	27
<i>Natela Kordzaia</i>	
WHATSAPP MARKETING OPPORTUNITIES WHEN PROMOTING GOODS AND SERVICES TO THE MARKET.....	33
<i>Nataliia Melnyk</i>	
DESCRIPTION OF EVALUATION METHODS RISKS OF THE BUDGET PROCESS.....	38
<i>Ulyana Petrynyak, Oleksandr Dudla</i>	
THE IDEA OF BUSINESS STRUCTURES – FROM GENERATION TO IMPLEMENTATION IN THE CONDITION OF MARTIAL LAW.....	43
<i>Olha Pliashko, Tetiana Paniuk, Sergii Khomych</i>	
HUMAN CAPITAL IN THE CREATIVE ECONOMY: FROM ESSENCE TO MANAGEMENT.....	50
<i>Kateryna Poliak, Alla Valkovets</i>	
APPLICATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE FORMATION OF MANAGEMENT DECISIONS IN MARKETING.....	59
<i>Petru Roshka</i>	
INTERNATIONAL INTEGRATION OF MOLDOVA AS A FACTOR OF ECONOMIC DEVELOPMENT.....	64
<i>Olga Savchenko, Oleksandr Demianiuk</i>	
PUBLIC RELATIONS OF PUBLIC MANAGEMENT .....	75
<i>Dariia Smolych</i>	
DIRECTIONS AND TOOLS FOR INCREASING PUBLIC AWARENESS OF THE ACTIVITIES OF NON-GOVERNMENTAL BUSINESS SUPPORT ORGANISATIONS IN UKRAINE.....	82
<i>Daniil Cherevashko</i>	
THE USE OF NATIVE ADVERTISING BY ENTERPRISES IN THE INTERNATIONAL CONTEXT.....	90

---

DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8559/2024-7-8>

УДК 330.34 : 331.1

**Пляшко Ольга Степанівна**

кандидат економічних наук, доцент,  
Рівненський державний гуманітарний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7202-1036>

**Панюк Тетяна Петрівна**

кандидат економічних наук, професор,  
Рівненський державний гуманітарний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2494-6111>

**Хомич Сергій Васильович**

кандидат економічних наук, доцент,  
Рівненський державний гуманітарний університет  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8737-1992>

## **ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ В КРЕАТИВНІЙ ЕКОНОМІЦІ: ВІД СУТНОСТІ ДО УПРАВЛІННЯ<sup>1</sup>**

*У статті досліджено ефективність використання людського капіталу у вітчизняному секторі креативних індустрій та розроблено рекомендації щодо стратегічного управління ним в сучасних динамічних умовах. Узагальнено теоретичні засади дослідження креативної економіки, визначено ключові особливості і тенденції її розвитку. Людський капітал позиціоновано як основний ресурс розвитку креативної економіки і виділено основні його характеристики: інтелектуальні та творчі компетенції, креативність та підприємливість, здатність до самореалізації та розвитку. У статті визначено структурні особливості креативної економіки та їх нормативну регламентацію в Україні. З'ясовано, що креативні індустрії як складова креативної економіки об'єднують комерційно та технологічно орієнтовані галузі та галузі культури і мистецтва. Проведено оцінювання ефективності використання людського капіталу в галузях креативної економіки шляхом порівняння статистичних даних щодо частки та динаміки абсолютних показників обсягів реалізації, кількості суб'єктів господарювання, зайнятих та продуктивності праці. Встановлено, що галузі, орієнтовані на знання й технології, такі як ІТ, реклама та маркетинг, є більш інфраструктурно чисельними та демонструють найвищу продуктивність праці, що свідчить про високий рівень ефективності використання людського капіталу. Традиційні культурні індустрії мають значно нижчі показники діяльності, що обумовлено як специфікою галузей і їх продукту, так і недостатнім рівнем культури його споживання та платоспроможного попиту. З'ясовано, що креативні індустрії детермінуються ринковими законами і географічно тяжіють до більш розвинутих регіонів. Пандемія COVID-19 і повномасштабне вторгнення росії стали викликами для креативної економіки, однак інноваційні технологічно орієнтовані галузі, зокрема ІТ, продемонстрували відносну стійкість і адаптивність як щодо показників діяльності, так і збереження людського капіталу. Для підвищення продуктивності людського капіталу запропоновано основні напрями стратегічного управління в креативній економіці на різних ієрархічних рівнях.*

**Ключові слова:** людський капітал, аналіз, результативність, стратегічне управління, креативні індустрії.

**Olha Pliashko, Tetiana Paniuk, Sergii Khomych**

Rivne State University of Humanities

## **HUMAN CAPITAL IN THE CREATIVE ECONOMY: FROM ESSENCE TO MANAGEMENT**

*The article examines the efficiency of human capital use in the domestic sector of creative industries and develops recommendations for its strategic management in today's dynamic environment. The theoretical foundations of the study of the creative economy are summarised, the key features and trends of its development are identified. Human capital is positioned as the main resource for the development of the creative economy and its*

<sup>1</sup> Дане дослідження було проведено в рамках модуля Жана Моне «Динамічні креативні індустрії: Розкриття потенціалу економіки ЄС та виклики для України» (№ 101172651 – ERASMUS-JMO-2024-HEI-TCH-RSCH).

*main characteristics are allocated: intellectual and creative competences, creativity and entrepreneurship, ability to self-realisation and development. The article identifies the structural features of the creative economy and their regulatory framework in Ukraine. It has been found that creative industries as a component of the creative economy combine commercially and technologically oriented industries and cultural sectors. An assessment of the efficiency of human capital use in the creative economy industries is carried out by comparing statistical data on the share and dynamics of absolute indicators of sales volumes, the number of business entities, employees and labour productivity. It is found that knowledge and technology-oriented industries, such as IT, advertising and marketing, are more infrastructure-intensive and demonstrate the highest labour productivity, which indicates a high level of efficiency in the use of human capital. Traditional cultural industries have significantly lower performance indicators, which is due to both the specifics of the industries and their products and the insufficient level of culture of consumption and effective demand. It has been found that creative industries are determined by market laws and are geographically inclined towards more developed regions. The COVID-19 pandemic and the full-scale invasion of russia have become challenges for the creative economy, but innovative technology-oriented industries, in particular IT, have demonstrated relative resilience and adaptability in terms of both performance and human capital preservation. To increase the productivity of human capital, the main directions of strategic management in the creative economy at different hierarchical levels are proposed.*

**Keywords:** *human capital, analysis, performance, strategic management, creative industries.*

**Вступ.** Концепція креативної економіки є логічним і невідворотним етапом трансформації парадигми суспільного розвитку, що полягає в переході від індустріального до інформаційного суспільства та економіки знань з відповідним зміщенням акцентів на знання, інтелект та креативність. Сутнісно креативна економіка є симбіозом культури, мистецтва та економіки і поєднує нові підходи та механізми взаємодії між ідеями, людською творчістю та інтелектуальною власністю, знаннями і технологіями для досягнення конкурентних переваг у глобалізованому світі. Людські здібності і таланти, креативність, мотивації є джерелом інновацій та інструментами розвитку креативної економіки, а людський капітал у ній – основним фактором виробництва і відіграє ключову роль як у її поширенні, так і забезпеченні економічного зростання на інноваційних засадах.

**Матеріали та методи.** Питання, пов'язані з роллю креативної економіки у суспільному розвитку та особливостями і місцем людського капіталу в ній активно досліджуються науковцями у всьому світі. Теоретичні засади сутності креативної економіки, закладені Хоукінсом Дж. [1], Флоридою Р. [2], Лендрі Ч. [3] та Тросбі Д. [4], в національному контексті розвинуто у працях Давимуки С. А. та Федулової Л. І. [5], Поснової Т.В. [6], Ушкаренко Ю.В [7] та ін. Дослідження ролі людського капіталу у поширенні креативної економіки та економічному зростанні присвячені праці Длугопольського О.В та Карпинської Ю.В. [8], Кузнецової Н. та ін. [9], Шаульської Л. та ін. [10], Поснової Т.В. [6], Batabyal A. & Nijkamp P. [11], Давимуки С. та Федулової Л. [5]. Ще одним напрямом наукових досліджень предметної області є дослідження особливостей і факторів, що сприяють формуванню і розвитку людського капіталу в креативній економіці. Каленюк І.С. та Кузнецова Н.Б. [12], Лондар С. та ін. [13] довели, що підвищення якості людського капіталу в ній залежить від рівня освіти

та наукового прогресу в країні, а Bode E. & Perez Villar [14] дослідили, що на процеси навчання, освіти і рівень підготовки можуть впливати місцеві особливості, зокрема соціально-економічні параметри; Tubadji A. та ін. [15] акцентують на визначальній ролі культури, а Backman M. & Nilsson P. [16] – навчання упродовж життя. У контексті управління людським капіталом у креативній економіці цінними є дослідження Месоссі F.В. та ін. [17] щодо важливості запобігання поляризованої динаміки розвитку, Кузнецової Н. та ін. [9] з акцентом на необхідності державної підтримки креативного сектору через цільове фінансування, стимулювання реалізації культурних і креативних бізнес ідей та розширення географічних меж сектору, Шаульської Л. та ін. [10] у контексті запропонованого комплексу заходів на різних стадіях формування і використання людського капіталу. Проведений огляд засвідчує актуальність, багатимірність та ґрунтовність досліджень предметної області, що однак, не виключає доцільності подальших досліджень, зокрема, у напрямку розвитку теоретичних та прикладних засад підвищення якості та ефективності людського капіталу в галузях креативної економіки України. *Метою статті* є дослідження ефективності використання людського капіталу у вітчизняному секторі креативних індустрій та розробка рекомендацій щодо стратегічного управління ним в сучасних динамічних умовах.

Для досягнення поставленої мети у статті узагальнено теоретичні засади розуміння сутності та специфіки людського капіталу в креативній економіці та проведено аналіз динаміки ефективності використання людського капіталу в креативних індустріях за період 2010–2022 років. Інформаційною базою дослідження слугували дані Державної служби статистики щодо обсягів реалізації продукції, кількості суб'єктів господарювання та зайнятих, витрат на персонал у галузях креативної економіки [18].



**Результати.** До сьогодні не існує єдиного визначення та методики виміру креативної економіки, що пов'язано з різним баченням у дослідників та держав її ціннісного ланцюга і відповідно – структури. Аналіз моделі креативної економіки Хоукінса Дж. [1], концентричних кіл Тросбі Д. [4], символічних текстів Хезмондалша Д. [19], підходів Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), Департаменту культури, медіа та спорту (Department of Culture, Media & Sport, DCMS) Великої Британії, Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ), Інституту статистики ЮНЕСКО, детальний аналіз яких здійснено Галаховою Т.О. [20], дозволяє позиціонувати креативну економіку як статус економіки нового типу, заснованої на цінності ідей, знань, технологій, культури і творчості, в структурі суб'єктів та обсягово-зайнятисних показників якої вагома частка належить культурним і креативним галузям/індустріям і відповідним їм товарам (роботам/ послугам). Хоукінс Дж. [1] визначає креативну економіку як сукупність видів економічної діяльності, що базуються на знаннях, творчості, інтелекті, технологіях та інноваціях, які мають високий потенціал прибутковості та створення робочих місць, а людський капітал – ключовим драйвером економічного зростання. Каленюк І.С. та Кузнецова Н.Б. [12] характеризують креативну економіку як сектор економіки, що об'єднує галузі, в основі успішності яких лежить креативна, творча діяльність та як систему соціально-економічних відносин з приводу формування, розвитку та використання креативного людського капіталу. Згідно визначення Грішнєвої О. під людським капіталом розуміють капітал людини у вигляді фізико-психологічних та інтелектуальних якостей, а також здібностей, вмінь, навичок, знань, мотивації, що генеруються та акумулюються протягом значного терміну часу й потребують постійних інвестицій, які у подальшому будуть мати позитивний соціально-економічний ефект [21, с.34]. За теорією Беккера Г. [22], людський капітал формується через інвестиції в освіту, професійну підготовку та охорону здоров'я. У структурі людського капіталу сучасної економіки в економічному аспекті виділяють:

- капітал здоров'я і здорового способу життя;
- капітал освіти (знання загальні і спеціальні);
- капітал підготовки на виробництві (кваліфікація, навички, професійність, виробничий досвід);
- науковий капітал (винаходи, інновації, ідеї, теорії, дослідження);
- капітал культури (виховання, мораль, самовиховання, саморозвиток);
- володіння економічно значимою інформацією (інформованість про ціни, збитки і прибутки);
- капітал міграції (мобільність працівників);
- мотивація і стимули економічної діяльності [23, с. 56].

Характерним атрибутом людського капіталу у креативній економіці класики концепції Лендрі Ч. [3] та Флорида Р. [2] визначають креативність як сукупність культурних ресурсів і творчого мислення, продукування нових ідей, соціальних ініціатив та самоорганізації, механізмів співпраці та інноваційної інфраструктури. Флорида Р. також доводить, що розвиток креативної економіки базується на потенціалі креативного класу, до числа якого він відніс зайнятих у сфері науки і технологій, архітектури, дизайну, освіти, мистецтва, музики та індустрії розваг. Розвиваючи цю тему, вітчизняні дослідники, зокрема, Каленюк І.С. та Кузнецова Н.Б. [12, с. 80] акцентують на тому, що креативна економіка характеризується новою якістю людського капіталу, який уособлює об'єднані разом інтелект, навички і спеціальні знання, а його важливими якісними характеристиками є особистісні якості людини, такі як творче нестандартне мислення, вміння відчувати потреби споживачів та постійний розвиток і пошук нових рішень. До креативних якостей людського капіталу у креативній сфері. Флорида Р. також відносить спільні цінності, індивідуальність і значимість особистих заслуг [2, с. 10], а Поснова Т.В. – формування якісно нових відносин між працівниками підприємства та його керівництвом та нові системи мотивації [6]. Інтелектуальну складову людського капіталу в креативній економіці Шаульська Л., Карпенко А. та ін. визначають як сукупність когнітивних, творчих, емоційних компетенцій, що забезпечують створення вартості та прогресивну динаміку прибутковості і вартості [10, с. 178].

Враховуючи структурну специфіку креативної економіки, а відтак – низький поріг входження в неї та відсутність потреби у значних інвестиціях, акцентуємо на ще одних, притаманних креативній економіці, характеристиках людського капіталу: підприємливості та мотивації до самореалізації креативного класу, тобто здатності і бажанні реалізувати та капіталізувати свої таланти і знання. Незалежно від того як організаційно відбувається реалізація людського капіталу (у статусі суб'єкта підприємницької діяльності як власника юридичної особи чи ФОП, зайнятого чи найманого працівника) сам її факт вказує на активність носія, але підприємливість реалізується лише у випадку організації власного бізнесу. І якщо креативність, інтелект і знання є якісними характеристиками людського капіталу, що характеризують його потенційні можливості, то підприємливість і самореалізація є реалізованими можливостями і вказують на ефективність реалізації людського капіталу. Длугопольський О. В. та Карпинська Ю. В. [8, с. 219] для визначення ролі людського капіталу в сучасній економіці пропонують здійснювати його оцінку саме за цими двома напрямками: якість людського капіталу та ефективність його використання.

Структурною основою креативної економіки є креативні індустрії. Їх статус і структуру в Україні визначено законодавчо: це види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження, а їх продукти і послуги є результатом індивідуальної творчості [24]. До їх складу віднесено 34 види економічної діяльності (КВЕД), які включають як традиційні галузі культури та мистецтва (театральна та концертна діяльність, діяльність музеїв та бібліотек, кіно, телебачення), так і комерційні (реклама та маркетинг, архітектура і дизайн, ремесла, дослідження і розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук) та інноваційні технологічні (ІТ, програмне забезпечення та комп'ютерні послуги) галузі, що загалом відповідає структурі креативних індустрій ЄС та Великобританії (рис. 1). Значний внесок у креативну економіку роблять і інші суміжні галузі, такі як наукові дослідження та розробки, освіта, мода, туризм, кулінарія, сервіс, але в Україні їх КВЕД законодавчо не закріплені у статусі креативних індустрій чи дотичних до них, а тому не є у фокусі даного дослідження.

За даними [26, с. 27] креативна економіка формує більш ніж 6 % світового ВВП, у країнах Європи – від 7 до 10 % (залежно від включених індустрій), у США – 11 %. В Україні в довоєнний

період частка креативної економіки сягнула 7,5 % ВВП (креативних індустрій – 3,4 %) і забезпечила 4 % зайнятості [26, с. 49]. Авторське дослідження показників діяльності креативних індустрій України за 2010–2022 р. [27] засвідчує, що в довоєнний період креативні індустрії розвивались темпами вищими, ніж економіка загалом і були більш стійкими до інфляційних коливань. Зі 100 грн. виручки від реалізації, сукупно згенерованої економікою України, на креативні індустрії припадало 1,3 грн у 2010 р. з щорічним зростанням до 3,0 грн у довоєнні 2020–2021 рр. Щороку зростали також і кількість суб'єктів господарювання та зайнятих у креативних індустріях. Зі 100 економічно активних суб'єктів господарювання у креативних індустріях працювали 4 у 2010 р. та 14 у 2021 р., а фізичних осіб підприємців – відповідно 3 та 16. Кількість зайнятих у креативних індустріях зростала з 2,2 осіб у 2010 р. – до 4,5 осіб у 2021 р. (у розрахунку на 100 осіб зайнятих у економіці). До 2013 р. лише дві групи креативних індустрій (діяльність музеїв, галерей, бібліотек та освіта і дослідження) генерували незначний дохід (менше 1 % в загальній сумі виручки креативних індустрій). Найбільш успішними в економічному плані (частка виручки більше 10 %) були галузі, орієнтовані на знання та технології: реклама та маркетинг, галузі кіно, телебачення, відео, радіо і фотографії, видавнича

Реклама та маркетинг		Архітектура	Кіно, телебачення, відео, радіо та фотографія				
63.91. Діяльність інформаційних агентств	70.21. Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю	71.11. Діяльність у сфері архітектури	59.11. Виробництво кіно та відеофільмів, телепрограм	59.13. Розповсюдження кіно та відеофільмів, телепрограм	69.10+69.20. Діяльність у сфері радіо та телевізійного зв'язу		
73.11. Рекламні агентства	73.12. Посередництво в розміщенні реклами в ЗМІ	<b>Дизайн</b>	59.12. Компонування кіно та відеофільмів, телепрограм	59.14. Демонстрація кінофільмів	74.20. Діяльність у сфері фотографії		
Ремесла			ІТ, програмне забезпечення та комп'ютерні послуги		Музеї, галереї та бібліотеки		
32.12. Виробництво ювелірних і подібних виробів	32.13. Виробництво біжутерії та подібних виробів	32.20. Виробництво музичних інструментів	58.21. Видання комп'ютерних ігор	58.29. Видання іншого програмного забезпечення	91.01. Функціонування бібліотек і архівів		
Видавнича справа		R&D і освіта		Музика, виконавське та образотворче мистецтво	91.02. Функціонування музеїв		
58.11. Видання книг і газет (58.13)	58.14. Видання журналів і періодичних видань	58.19. Інші види видавничої діяльності	72.20. Дослідження і розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук			62.01. Комп'ютерне програмування	62.02. Консультування з питань інформатизації
74.30. Надання послуг з перекладу	Публікація каталогів та списків розсилки	90.03. Індивідуальна мистецька діяльність	85.52. Освіта у сфері культури			90.01. Театральна та концертна діяльність	90.04. Функціонування театральних і концертних залів
			90.02. Діяльність з підтримання театральних та концертних заходів		59.20. Видання звукозаписів		

Рисунок 1 – Структура креативних індустрій в Україні

Джерело: сформовано авторами на основі [25]



справа та галузі ІТ, програмного забезпечення та комп'ютерних послуг. Стрімкий розвиток останніх обумовив суттєві структурні зміни: з 2020 р. виручку в розмірі більше 10 % забезпечували лише дві групи галузей: реклама та маркетинг та галузі ІТ, програмного забезпечення та комп'ютерних послуг (рис. 2). Закономірно, що й інфраструктурна представленість цих галузей за показниками кількості суб'єктів бізнесу, як юридичних осіб, так і ФОПів, у цих галузях була найбільшою (табл. 1). Частка зайнятих дещо відрізнялась від частки суб'єктів бізнесу, що обумовлено технологічними особливостями бізнес процесів у різних галузях. Варто також зауважити, що у технологічно орієнтованих галузях ІТ, програмного забезпечення та комп'ютерних послуг, комерційно орієнтованих

реклами та маркетингу, архітектури та дизайну кількість ФОПів щорічно зростала (у середньому на 22 %, 10 % та 6 % відповідно), але за рахунок стрімкого збільшення їх кількості у галузях ІТ, програмного забезпечення та комп'ютерних послуг (у 8,8 разів у 2022 р. порівняно з 2010 р.), галузева частка ФОП зменшувалась.

У галузях ремесел та культури підприємницька активність значно нижча, а у діяльності музеїв, галерей та бібліотек кількість ФОПів у 2022 р. порівняно з 2010 р. зменшилась на 93 %. Якісні показники діяльності галузей певною мірою підтверджують ці тенденції. Найбільшу виручку від реалізації у розрахунку на одного суб'єкта генерують суб'єкти бізнесу у галузях реклами та маркетингу (2415 тис. грн); кіно, телебачення, відео,

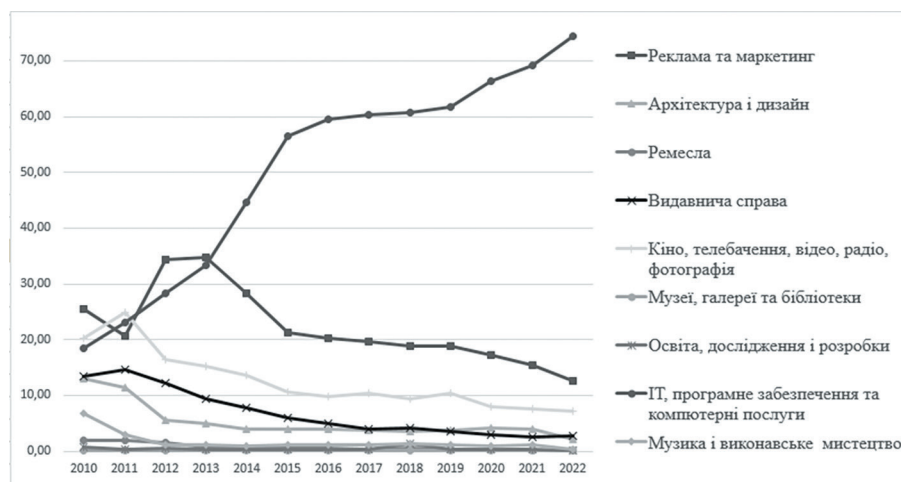


Рисунок 2 – Частка галузей у загальних обсягах доходу креативних індустрій в Україні, 2010–2022 рр., %

Джерело: сформовано авторами за даними [18]

Таблиця 1 – Усереднені показники стану галузей креативних індустрій

	Частка СПД, % *	Частка зайнятих, % *	Частка ФОП, % *	Виручка від реалізації, тис. грн/ одиницю				Продуктивність праці, грн
				СПД	юридичну особу	ФОП	зайнятого	
Реклама та маркетинг	8,7	13,57	7,2	2415	6323	491	860	6,43
Архітектура і дизайн	6,9	10,81	7,2	667	1780	345	352	4,90
Ремесла	0,8	3,12	1,0	617	2061	207	115	3,20
Видавнича справа	5,0	11,33	4,4	998	2062	334	370	5,54
Кіно, телебачення, відео, радіо, фотографія	5,6	15,04	5,9	1968	7441	340	468	5,04
Музеї, галереї та бібліотеки	0,4	0,39	0,7	291	1203	75	223	2,9
Освіта, дослідження і розробки	1,2	0,97	1,5	358	1849	200	237	10,90
ІТ, програмне забезпечення та комп. послуги	68,9	39,04	69,3	961	10480	527	1090	14,97
Музика і виконавське мистецтво	2,5	5,74	2,8	528	1812	296	248	1,43

\* – у % до загального числа по креативних індустріях

Джерело: сформовано авторами за даними [18]

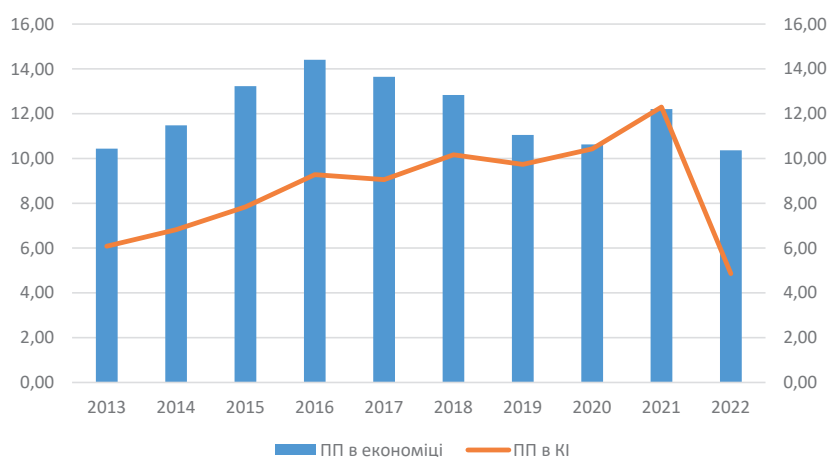
радіо та фотографії (1968 тис. грн), у видавничій справі (997 тис. грн) та в галузі ІТ (961 тис. грн.). При цьому юридичні особи є більш результативними, ніж ФОПи. Найменшу частку у структурі креативних галузей за показниками кількості суб'єктів господарювання, виручки та зайнятих займають саме галузі культури. Загалом здійснені розрахунки засвідчили потенціал менеджменту людського капіталу і те, що креативні і культурні індустрії є частиною економіки і вони також детермінуються ринковими законами.

Узагальнюючим показником ефективності використання людського капіталу є продуктивність праці, яка розрахована як відношення обсягів виручки від реалізації до витрат на персонал. Окрім відносно позитивної динаміки у креативній галузі до 2022 р., її рівень у 2020–2021 рр. відповідав рівню економіки України (рис. 3), а галузями з найвищою продуктивністю є орієнтовані на знання і технології ІТ, програмне забезпечення та комп'ютерні послуги та освіта, дослідження і розробки, найнижчий рівень продуктивності праці у галузях культури (табл. 1). Такий дисбаланс може бути обумовлений як виробничою специфікою і економічними показниками самих галузей, платоспроможністю попиту на культурний продукт, так і його специфічністю та недостатньо розвинутою культурною споживання. Власне, ці припущення підтверджують і дослідження [26] щодо індукованого впливу креативних галузей на розвиток економіки.

У територіальному розрізі великими центрами креативних індустрій, незалежно від їх виду і року дослідження, є економічно розвинуті регіони: м. Київ та Київська область, Дніпропетровська, Львівська, Харківська та Одеська області.

За досліджуваний період галузь, як і економіка загалом, двічі стикалась з глобальними викликами: пандемія COVID (пік обмежень припав на 2020 р.) та повномасштабне вторгнення російської

федерації у лютому 2022 р. і по різному реагувала на них. У перший «карантинний» рік (2020 р. порівняно з 2019 р.) обсяги креативної економіки зросли на 16,68 % (при індексі інфляції 105,0 %). У 15 галузях зафіксовано приріст обсягів виручки темпами вищими, ніж індекс інфляції, а у 8 з них приріст становив більше 16,68 %. Насамперед це галузі, які базуються на знаннях та людській творчості: ІТ, програмне забезпечення та комп'ютерні послуги, діяльність у сфері архітектури і дизайну, індивідуальна мистецька діяльність та функціонування бібліотек і архівів. У 16 галузях (47 % від загального числа креативних індустрій) зафіксовано падіння обсягів виручки. Як правило, це інфраструктурно орієнтовані галузі, які найбільше потрапили під карантинні обмеження – демонстрація кінофільмів (66 %), функціонування театральних і концертних залів (54 %), театральна і концертна діяльність (33 %) та ремесла (30–50 %). Значно більшої, а в деяких галузях – майже руйнівної шкоди галузі завдала війна. За перший рік повномасштабного вторгнення суттєво зменшились обсяги діяльності всіх креативних індустрій, що пов'язано як з інфраструктурними обмеженнями та руйнуваннями, змінами у структурі та географії попиту, так і міграцією людського капіталу. Загальне падіння виручки креативних індустрій становило 57,12 %, хоча у більшості галузей – більше 70 %. Найменші обсяги падіння ( $\approx 31$  %) у діяльності з видання книг та у функціонуванні бібліотек і архівів, проте сукупний внесок цих галузей у загальних обсягах креативних індустрій у 2022 р. та в середньому упродовж досліджуваного періоду становив 2 %. Найбільше падіння (98 %) за діяльністю у сфері фотографії, освіти у сфері культури, індивідуальної мистецької діяльності, сукупний внесок цих галузей у креативних індустріях не значний (менше 1 %), а у 2022 р. становив 0,05 % [27]. Ці ж тенденції притаманні і змінам кількості зайнятих.



**Рисунок 3 – Динаміка продуктивності праці (ПП) в економіці України та в креативних індустріях, 2013–2022 р.**

Джерело: сформовано авторами за даними [18]

Визначені теоретичні особливості і тенденції розвитку креативних галузей дозволяють виділити такі основні напрями стратегічного управління людським капіталом в креативній економіці на різних ієрархічних рівнях:

– вибудовування державної політики підтримки креативних галузей шляхом розвитку законодавчої бази, спрямованої на стимулювання інноваційних та культурних процесів (зокрема, лібералізації податкового, трудового та митного законодавства), розвиток діючої практики фінансування креативних індустрій (єРобота, Українського культурного фонду та фонду стартапів), розробки і впровадження регіональних програм і заходів розвитку креативних галузей і стимулювання креативності. Регіональні програми, згідно дослідження Месоссі Ф. В. [17], варто вибудовувати з урахуванням запобігання поляризованої динаміки і включати до їх складу програми професійного розвитку та можливості навчання упродовж життя, запроваджувати спеціальні стратегії підтримки для регіонів з низьким рівнем розвитку;

– формування «м'якої» інфраструктури на місцях з метою налагодження ефективної комунікації між суб'єктами та створення умов для розвитку творчого мислення, інноваційності, активізації підприємницької діяльності та самореалізації креативного класу. Давимука С.А. та Федулова Л.І. визначають «м'яку інфраструктуру» як забезпечуючий чинник креативного формату, що включає ефективний креативний простір, креативний, інноваційний, інвестиційний, виробничий і соціальний менеджмент [5, с. 25];

– взаємодія між роботодавцями та найманими працівниками з метою розвитку персоналу і підвищення його результативності, що включає

розробку нових систем мотивації, зорієнтованих на індивідуальні досягнення та спільні цінності [28] та – стимулювання творчого потенціалу працівників через гнучкі графіки роботи та доступ до сучасних ресурсів і технологій [29].

**Висновки.** Креативна економіка є одним з мейнстримів сучасного суспільного та економічного розвитку. Їй притаманні поєднання культури, мистецтва, технологій та економіки і вагома роль людського капіталу як каталізатора економічного зростання. Основними характеристиками людського капіталу в креативній економіці є інтелектуальні та творчі компетенції, креативність та підприємливість, здатність до самореалізації та розвитку. Креативні і культурні індустрії є частиною економіки і їх розвиток детермінується ринковими законами, тому підприємницька активність та ефективність використання людського капіталу є вищою у комерційно та технологічно орієнтованих галузях і нижчою у традиційних галузях культури. Підтримка підприємницької активності у сфері ІТ, маркетингу, реклами та дизайну, є важливим елементом реалізації людського капіталу та стимулювання зростання економіки, але галузі культури мають потенціал для розвитку через підвищення платоспроможного попиту і розвиток культури споживання культурного продукту. Виклики пандемії COVID-19 та війни в Україні показали, що креативні галузі мають значну стійкість до зовнішніх впливів, що підкреслює їхню важливість для національної економіки, а тому управління людським капіталом у креативній економіці повинно бути зорієнтоване на розвиток творчого потенціалу, креативності та інноваційності працівників шляхом адаптації традиційних підходів до специфіки креативних індустрій.

### Література:

1. Howkins J. *The Creative Economy. How people make money from ideas*. London: Allen Lane, 2001. 288 p.
2. Флорида Р. *Homo creativus. Як новий клас завойовує світ*. Київ: Наш формат, 2018. 380 с.
3. Landry C. *The Creative City: A toolkit for urban innovators*. Earthscan Publications Ltd, 2000. 288 p.
4. Throsby D. *Economics and Culture*. Cambridge University Press, 2001. 208p.
5. Давимука С. А., Федулова Л. І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія. Львів : ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України», 2017. 528 с.
6. Поснова Т. В. Оцінка впливу креативного людського капіталу на економічний розвиток регіонів України. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2021. № 1 (118). DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2021-1-5>. (дата звернення: 17.10.2024).
7. Ушкаренко Ю. В., Чмут А. В., Синякова К. М. Креативна економіка: сутність поняття та значення для України в умовах європейської інтеграції. *Економіка і суспільство*. 2018. № 18. С. 67–72. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-18-10> (дата звернення: 17.10.2024).
8. Длугопольський О. В., Карпинська Ю. В. Роль людського капіталу в сучасній економіці України та показники його оцінки. *European scientific journal of Economic and Financial innovation*. 2020. № 2 (6). С. 217–228. URL: <https://journal.eae.com.ua/index.php/journal/article/view/114/101> (дата звернення: 15.10.2024).
9. Kuznetsova N., Tkachuk V., Obikhod S., Vlasenko T., Samborska O., & Chorna L. Development and preservation of human capital under the conditions of the creative economy. *Journal of management Information and Decision Sciences*. 2022. Vol. 2. P. 123–129. DOI: <https://doi.org/10.37394/232020.2022.2.15/>
10. Shaulska L., Karpenko A., Doronina O., Naumova M. & Biletskyi O. Drivers of macroeconomic growth in a creative economy: innovation policy and human capital. *Journal Of Interdisciplinary Research*. URL: [https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/110117/papers/A\\_37.pdf](https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/110117/papers/A_37.pdf) (дата звернення: 10.10.2024).

11. Batabyal A. & Nijkamp P. Creative capital in production, inefficiency, and inequality: A theoretical analysis. *International Review of Economics & Finance*. 2016. Vol. 45(C). P. 553–558. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.iref.2016.07.010>
12. Каленюк І. С., Кузнецова Н. Б. Розвиток людського капіталу в умовах становлення креативної економіки. *Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки*. 2020. № 4(37). С. 77–85. DOI: [https://doi.org/10.32515/2663-1636.2020.4\(37\)](https://doi.org/10.32515/2663-1636.2020.4(37)).
13. Londar S., Lytvynchuk A., Versal N., Posnova T. & Tereshchenko H. Investment in Human Capital Within the Creative Economy Formation: Case of the Eastern and Central Europe Countries. *Comparative Economic Research. Central and Eastern Europe*. 2020. Vol. 23. № 4. P. 129–148. DOI: <http://dx.doi.org/10.18778/1508-2008.23.31>
14. Bode E. & Perez Villar L. Creativity, education or what? On the measurement of regional human capital. *Papers in Regional Science*. 2017. № 96. P. 51–67. DOI: <https://doi.org/10.1111/pirs.12180>
15. Tubadji A., Gheasi M., Crociata A. & Odoardi I. Cultural capital and income inequality across Italian regions. *Regional Studies*. 2022. № 56(3). P.459–475. DOI: <https://doi.org/10.1080/00343404.2021.1950913>
16. Backman M. & Nilsson P. The role of cultural heritage in attracting skilled individuals. *Journal of Cultural Economics*. 2018. № 42(1). P. 111–138. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10824-016-9289-2>
17. Mecocci F. B., Maghssudipour A., Bellandi M. The effect of cultural and creative production on human capital: Evidence from European regions. *Regional Science*. 2022. Vol.101. Issue 6. DOI: <https://doi.org/10.1111/pirs.12702>.
18. Державна служба статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua> (дата звернення 10.10.2024)
19. Hesmondhalgh D. The Cultural Industries. 3d edition. SAGE Publication Ltd. 2013. 480 p.
20. Галахова Т. О. Креативні індустрії: теоретично-методологічні підходи вивчення. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. Вип. 9. Ч. 4. С. 9–13. URL: [http://ej.kherson.ua/journal/economic\\_09/162.pdf](http://ej.kherson.ua/journal/economic_09/162.pdf) (дата звернення: 20.10.2024).
21. Грішнова О. А. Людський, інтелектуальний і соціальний капітал України: сутність взаємозв'язок, оцінка, напрями розвитку. *Соціально-трудова відносина: теорія та практика*. 2014. № 1. С. 34–40.
22. Becker G. S. Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education. Second Edition, New York. 1975. 264 p.
23. Яцунь О. М. Креативний людський капітал в просторі суспільства знань: економічний аспект. *Соціально-трудова відносина: теорія та практика*. 2014. № 2(8). С. 55–61.
24. Про культуру: Закон України від 14.12.2010 р. No 2778-VI / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text>
25. Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій : Розпорядження Кабінету міністрів України від 24 квітня 2019 р. No 265-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text>
26. Ніколаєва О., Онопрієнко А., Таран С., Шоломицький Ю., Яворський П. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України. Аналітичний звіт. URL: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf> (дата звернення 10.10.2024).
27. Пляшко О. С. Хомич С. В. Креативні індустрії в Україні: від концепту до резильєнтності. *Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг: IV Міжнародна науково-практична конференція*, 23–24 лютого 2024 р. : тези доп. Рівне : О. Зень. 2024. С. 266–270.
28. Точиліна Ю. Теоретико-методологічні засади управління розвитком людського капіталу. *Економіка та суспільство*. 2023. № 57. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-101>
29. Ліпич Л., Радіщук Т. Управління людським капіталом у креативних індустріях. *Сталий розвиток економіки*. 2024. № 2(49). С. 42–48. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-49-7>

### References:

1. Howkins J. (2001) *The Creative Economy. How people make money from ideas*. London: Allen Lane.
2. Floryda R. (2018) *Homo creativus. Як новий клас завоює світ* [Homo creativus. How a new class is conquering the world]. Kyiv: Nash format. (in Ukrainian)
3. Landry C. (2000) *The Creative City: A toolkit for urban innovators*. Earthscan Publications Ltd.
4. Throsby D. (2001) *Economics and Culture*. Cambridge University Press.
5. Davymuka S. A., Fedulova L. I. (2017) *Kreatyvnyi sektor ekonomiky: dosvid ta napriamy rozbudovy: monohrafiia* [The creative sector of the economy: experience and directions of development: monograph]. Lviv: DU “Instytut rehionalnykh doslidzhen imeni M. I. Dolishnoho NAN Ukrainy” (in Ukrainian)
6. Posnova T. V. (2021) *Otsinka vplyvu kreatyvnoho liudskoho kapitalu na ekonomichnyi rozvytok rehioniv Ukrainy* [Assessment of the impact of creative human capital on the economic development of the regions of Ukraine]. *Derzhava ta rehiony. Seriya: Ekonomika ta pidpriemnytstvo – State and regions. Series: Economics and entrepreneurship*. Vol. 1 (118). DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2021-1-5> (accessed: October,17, 2024).
7. Ushkarenko Yu. V., Chmut A. V., Syniakova K. M. (2018) *Kreatyvna ekonomika: sutnist poniattia ta znachennia dlia Ukrainy v umovakh yevropeiskoi intehratsii* [Creative economy: the essence of the concept and its importance for Ukraine in the context of European integration]. *Ekonomika i suspilstvo – Economy and Societ.y* 2018. Vol. 18, pp. 67–72. Available at: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-18-10> (accessed: October,17, 2024).
8. Dluhopolskyi O. V., Karpynska Yu. V. (2020) *Rol liudskoho kapitalu v suchasni ekonomitsi Ukrainy ta pokaznyky yoho otsinky* [The role of human capital in the modern economy of Ukraine and indicators of its assess-



- ment]. *European scientific journal of Economic and Financial innovation*. Vol. 2 (6), pp. 217–228. Available at: <https://journal.eae.com.ua/index.php/journal/article/view/114/101> (accessed: October, 15, 2024).
9. Kuznetsova N., Tkachuk V., Obikhod S., Vlasenko T., Samborska O., & Chorna L. (2022) Development and preservation of human capital under the conditions of the creative economy. *Journal of management Information and Decision Sciences*. Vol. 2. pp. 123–129. DOI: <https://doi.org/10.37394/232020.2022.2.15/>
  10. Shaulska L., Karpenko A., Doronina O., Naumova M. & Biletskyi O. Drivers of macroeconomic growth in a creative economy: innovation policy and human capital. *Journal Of Interdisciplinary Research*. Available at: [https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/110117/papers/A\\_37.pdf](https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/110117/papers/A_37.pdf) (accessed: October, 10, 2024)
  11. Batabyal A. & Nijkamp P. (2016) Creative capital in production, inefficiency, and inequality: A theoretical analysis. *International Review of Economics & Finance*. Vol. 45(C). pp. 553–558. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.iref.2016.07.010>
  12. Kaleniuk I.S., Kuznetsova N.B. (2020) Rozvytok liudskoho kapitalu v umovakh stanovlennia kreatyvnoi ekonomiky [Development of human capital in the conditions of formation of the creative economy]. *Tsentrlnoukrainskyi naukovyi visnyk. Ekonomichni nauky. – Central Ukrainian Scientific Bulletin. Economic Sciences*. Vol. 4(37), pp. 77–85. DOI: [https://doi.org/10.32515/2663-1636.2020.4\(37\)](https://doi.org/10.32515/2663-1636.2020.4(37)).
  13. Londar S., Lytvynchuk A., Versal N., Posnova T. & Tereshchenko H. (2020) Investment in Human Capital Within the Creative Economy Formation: Case of the Eastern and Central Europe Countries. *Comparative Economic Research. Central and Eastern Europe*. Vol. 23. № 4, pp. 129–148. DOI: <http://dx.doi.org/10.18778/1508-2008.23.31>
  14. Bode E. & Perez Villar L. (2017) Creativity, education or what? On the measurement of regional human capital. *Papers in Regional Science*. Vol. 96, pp. 51–67. DOI: <https://doi.org/10.1111/pirs.12180>
  15. Tubadji A., Gheasi M., Crociata A. & Odoardi I. (2022) Cultural capital and income inequality across Italian regions. *Regional Studies*. Vol. 56(3), pp. 459–475. DOI: <https://doi.org/10.1080/00343404.2021.1950913>
  16. Backman M. & Nilsson P. (2018) The role of cultural heritage in attracting skilled individuals. *Journal of Cultural Economics*. Vol. 42(1), pp. 111–138. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10824-016-9289-2>
  17. Mecocci F. B., Maghssudipour A., Bellandi M. (2022) The effect of cultural and creative production on human capital: Evidence from European regions. *Regional Science*. Vol. 101. Issue 6. DOI: <https://doi.org/10.1111/pirs.12702>
  18. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <https://ukrstat.gov.ua> (accessed: October, 10, 2024)
  19. Hesmondhalgh D. (2013) *The Cultural Industries*. 3d edition. SAGE Publication Ltd. 2013. 480 p.
  20. Halakhova T. O. (2014) Kreatyvni industrii: teoretychno-metodolohichni pidkhody vyvchennia [Creative industries: theoretical and methodological approaches to study]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu – Scientific Bulletin of Kherson State University*. Vol. 9, issue. 4, pp. 9–13. Available at: [http://ej.kherson.ua/journal/economic\\_09/162.pdf](http://ej.kherson.ua/journal/economic_09/162.pdf) (accessed: October, 20, 2024).
  21. Hrishnova O. A. (2014) Liudskyi, intelektualnyi i sotsialnyi kapital Ukrainy: sutnist vzaïmozv'iazok, otsinka, napriamy rozvytku [Human, intellectual and social capital of Ukraine: the essence of interconnection, assessment, directions of development]. *Sotsialno-trudovi vidnosyny: teoriia ta praktyka – Social and labour relations: theory and practice*. Vol. 1, pp. 34–40.
  22. Becker G. S. (1975) *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*. Second Edition, New York, 264 p.
  23. Yatsun O.M. (2014) Kreatyvnyi liudskyi kapital v prostori suspilstva znan: ekonomichniy aspekt [Creative human capital in the space of the knowledge society: economic aspect]. *Sotsialno-trudovi vidnosyny: teoriia ta praktyka – Social and labour relations: theory and practice*. Vol. № 2(8), pp. 55–61.
  24. Pro kulturu: Zakon Ukrainy vid 14.12.2010 r. No 2778-VI [On culture: Law of Ukraine] / Verkhovna Rada Ukrainy. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text>
  25. Pro zatverdzhennia vydiv ekonomichnoi diialnosti, yaki nalezhat do kreatyvnykh industrii : Rozporiadzhennia Kabinetu ministriv Ukrainy vid 24 kvitnia 2019 r. No 265-r. [On Approval of Types of Economic Activity Belonging to Creative Industries: Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text>
  26. Nikolaieva O., Onopriienko A., Taran S., Sholomytskyi Yu., Yavorskyi P. Kreatyvni industrii: vplyv na rozvytok ekonomiky Ukrainy. Analitichnyi zvit. [Creative industries: impact on the development of the Ukrainian economy. Analytical report.] Available at: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf> (accessed 10.10.2024).
  27. Pliashko O. S. Khomych S. V. (2024) Kreatyvni industrii v Ukraini: vid kontseptu do rezylïentnosti [Creative industries in Ukraine: from concept to resilience]. *Suchasni trendy povedinky spozhyvachiv tovariv i posluh – 2024: IV Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia* (Rivne, February 23rd–24th, 2024). Rivne : O. Zen. (in Ukrainian)
  28. Tochylyna Yu. (2023) Teoretyko-metodolohichni zasady upravlinnia rozvytkom liudskoho kapitalu [Theoretical and methodological foundations of human capital development management]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*. Vol. 57. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-101>
  29. Lypych L., Radishchuk T. (2024) Upravlinnia liudskym kapitalom u kreatyvnykh industriakh [Human capital management in creative industries]. *Stalyi rozvytok ekonomiky – Human capital management in creative industries*. Vol. 2(49), pp. 42–48. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-49-7>



Наукове видання

# Via Economica

Випуск 7, 2024

Засновано у 2022 році

Засновники:

Рівненський державний гуманітарний університет;  
Видавничий дім «Гельветика»

Періодичність видання: 6 разів на рік

Українською та англійською мовами

Коректура • В. О. Бабич  
Комп'ютерна верстка • С. С. Любченко

Формат 60x84/8. Гарнітура Times New Roman.  
Папір офсет. Цифровий друк. Ум. друк. арк. 11,16.  
Підписано до друку 19.12.2024.  
Зам. № 0125/106. Наклад 100 прим.

Надруковано: Видавничий дім «Гельветика»  
65101, Україна, м. Одеса, вул. Інглєзі, 6/1  
Телефони: +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08  
E-mail: mailbox@helvetica.ua  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи  
ДК № 7623 від 22.06.2022 р.