

15. Chabowski, B. R., and J. A. Mena. "A Review of Global Competitiveness Research: Past Advances and Future Directions." *Journal of International Marketing*, no.25(4), 2017, pp. 1–24, <https://doi.org/10.1509/jim.16.0053>.
16. *IMD World Competitiveness Booklet 2023*. IMD - International Institute for Management Development, 2023.
17. Skare, M., and D. Riberio Soriano. "How Globalization Is Changing Digital Technology Adoption: An International Perspective". *Journal of Innovation & Knowledge*, apr. 2021, <https://doi.org/10.1016/j.jik.2021.04.001>.
18. Slater, S., and J. Narver. "Market Orientation and the Learning Organization." *Journal of Marketing*, no. 59(3), 1995, pp. 63–74.
19. Sudirjo, F.. "Marketing Strategy in Improving Product Competitiveness in the Global Market." *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, vol. 1, no. 2, aug. 2023, pp. 63–69, <https://doi.org/10.61100/adman.v1i2.24>.
20. Teece, D., et al. "Dynamic Capabilities and Strategic Management." *Strategic Management Journal*, no. 18(7), 1997, pp. 509–33.

УДК 330.34

doi: <https://doi.org/10.15330/apred.1.20.221-229>

Благул І. І.

## МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ У ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ СФЕРИ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ ІВАНО- ФРАНКІВСЬКОЇ ОТГ

Прикарпатський національний університет імені Василя  
Стефаника  
кафедра менеджменту і маркетингу  
вул. Шевченка, 57, м. Івано-Франківськ,  
76000, Україна,  
тел.: +38 (0342) 55-32-32  
e-mail: [ivan.i.blahun@pnu.edu.ua](mailto:ivan.i.blahun@pnu.edu.ua)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5178-6002>

**Анотація.** У статті розглянуто залучення інвестицій у людський капітал сфери креативних індустрій Івано-Франківської ОТГ, проаналізовано класифікацію видів економічної діяльності, яка входить до переліку креативних індустрій. Метою статті є дослідження інвестицій в освітні програми, які формують фахівців у сфері креативних індустрій. У процесі дослідження було використано кабінетні дослідження, а також методи: абстрагування, узагальнення та порівняльного аналізу.

Визначено, що найбільша сукупність освітніх програм, яка формує фахівців у сфері креативних індустрій, знаходиться у галузі 02 Культура і мистецтво. Результати дослідження дали можливість визначити освітні програми з найбільшим рівнем інвестицій. Аналіз останніх досліджень та публікацій в даній темі дає можливість зрозуміти, що в умовах нестабільності креативні індустрії можуть стати драйвером розвитку ОТГ. Інвестиційний потенціал креативних індустрій складається як з внутрішніх ресурсів, так і зовнішніх. Проаналізовано витрати абітурієнтів, які інвестували в освітні програми, що дають можливість працевлаштування в креативних індустріях.

Уваги заслуговує кількість вступників, яка вступила на спеціальності сфери культури і мистецтва. Коливання аудиторії і її залучення притаманне як і державним, так і приватним вузам. Крім цього, варто зазначити рівень інвестицій в освіту по кожній освітній програмі. Також показано відповідність кількості студентів по кожній освітній програмі. Визначено освітні програми з найвищим рівнем кількості студентів. В цілому, варто зазначити, що інвестиційна оцінка в людський капітал в освітньому вимірі дає можливість для розвитку у креативному середовищі. Дана сфера перебуває в процесі постійної трансформації і розвитку, і

буде об'єктом постійних досліджень як вчених, так і бізнес структур, які просувають свої товари чи послуги в цифровому середовищі. Проведене дослідження залучення інвестицій у людський капітал сфери креативних індустрій Івано-Франківської ОТГ має практичну значущість у сфері креативних індустрій, оскільки дає можливість аналізу залучення інвестицій в освітній сегмент креативних індустрій. Роль і місце інвестицій в освіту в структурі інвестицій в креативні індустрії буде постійно зростати. Фірми будуть вдаватися до постійного пошуку кадрів в сфері культури і мистецтва. Адже показник залученості активності абітурієнтів здійснює постійний вплив на інші фактори культурного середовища. Цим в свою чергу і формується інвестиційний клімат в сфері надання освітніх послуг, який безпосередньо здійснює вплив на інвестиційний клімат креативних продуктів, визначенням їхнього місця в порівнянні з іншими продуктами в структурі економіки ОТГ.

**Ключові слова:** креативні індустрії, інвестиції, маркетинг, маркетингові дослідження, просування, освітні послуги.

*Blahun I. I.*

## **MARKETING RESEARCH OF ATTRACTING INVESTMENTS IN HUMAN CAPITAL OF THE SPHERE OF CREATIVE INDUSTRIES OF THE IVANO-FRANKIV REGION**

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,  
Department of Management and Marketing,  
Shevchenko str., 57, Ivano-Frankivsk,  
76018, Ukraine,  
tel.: +38 (0342) 55-32-32  
e-mail: ivan.i.blahun@pnu.edu.ua  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5178-6002>

**Abstract.** The article examines the attraction of investments in human capital in the creative industries of Ivano-Frankivsk ATC, analyzes the classification of economic activities included in the list of creative industries. The purpose of the article is to study investments in educational programs that train specialists in the creative industries. In the course of the study, desk research was used, as well as the methods of abstraction, generalization and comparative analysis.

It has been determined that the largest set of educational programs that forms specialists in the field of creative industries is in the field of 02 Culture and Arts. The results of the study made it possible to identify the educational programs with the highest level of investment. An analysis of recent research and publications on this topic makes it possible to understand that in the face of instability, creative industries can become a driver of ATC development. The investment potential of creative industries consists of both internal and external resources. The article analyzes the costs of applicants who have invested in educational programs that provide employment opportunities in the creative industries.

The number of applicants enrolled in arts and culture specialties deserves attention. The fluctuation of the audience and its involvement is inherent in both public and private universities. In addition, it is worth noting the level of investment in education for each educational program. It also shows the correspondence between the number of students in each educational program. The educational programs with the highest number of students are identified. In general, it is worth noting that the investment assessment of human capital in the educational dimension provides an opportunity for development in a creative environment. This area is in the process of constant transformation and development, and will be the subject of ongoing research by both scientists and businesses that promote their products or services in the digital environment. The study of attracting investments in human capital in the creative industries of Ivano-Frankivsk ATC is of practical importance in the field of creative industries, as it makes it possible to analyze the attraction of investments in the educational segment of the creative industries. The role and place of investment in education in the structure of investment in the creative industries will continue to grow. Firms will resort to a constant search for personnel in the field of culture and art. After all, the indicator of engagement of applicants' activity

has a constant impact on other factors of the cultural environment. This, in turn, forms the investment climate in the field of educational services, which directly affects the investment climate of creative products, determining their place in comparison with other products in the structure of the ATC economy.

**Key words:** creative industries, investments, marketing, marketing research, promotion, educational services.

**Вступ.** В останні роки економіка України перебуває у стані турбулентності. Це пов'язано з економічною і геополітичною ситуацією як в самій країні, так і у світі. За останні роки в економіці країни було багато дестабілізуючих факторів. Основними з яких - пандемія коронавірусу, та війна, яка триває до цього часу. В період війни для економіки країни важливо знаходити види економічної діяльності ,які здатні до швидкого росту і будуть приносити продукти з доданою вартістю. Креативні індустрії є механізмом, який здатний об'єднувати галузі, як на рівні держави, так і на рівні об'єднаних територіальних громад.

В період військових дій на території України основним сектором для інвестування стає оборонно-промисловий комплекс держави, та інші сектори, які пов'язані з обороноздатністю країни. Більшість пропозицій щодо інвестування в країні в умовах війни можна побачити в таких сферах, як: енергетична, агропромисловий комплекс, металургія, логістика та інші. Однак, інвестиції в креативні індустрії є не менш важливими. Сфера креативних індустрій може стати магнітом для залучення інвестицій, який дасть можливість представити Україну у світі.

Варто проаналізувати можливість забезпечення фахівців у сфері креативних індустрій, які потенційно зможуть виробляти культурний продукт. Для даного дослідження за основу було взято Івано-Франківську ОТГ. Основою для його створення є результати маркетингового дослідження залучення інвестицій у людський капітал сфери креативних індустрій Івано-Франківської ОТГ.

Проблемами у сфері креативних індустрій займаються такі вчені як, В. Ковпак, Н. Лебідь [5], Чалмерс Д, Фіш К, Метьюз Р [4, Салдер Д. [6], Конг Л. [7], Гонсалес-Крістіано А, Ніколя Ле Гран. [8], та інші відомі дослідники. Праці цих та інших авторів стали науковим підґрунтям для написання цієї статті.

Маркетингові дослідження залучення інвестицій у людський капітал сфери креативних індустрій Івано-Франківської ОТГ дають можливість розуміння скільки залучено коштів для формування фахівців у сфері креативних індустрій Івано-Франківської ОТГ.

Країна, яка перебуває у війні, основну частку доходів бюджету витрачає на оборону, тому інвестиції в інші види економічної діяльності стають як ніколи актуальними. Одним з важливих аспектів інвестиційної діяльності є інвестиції в людський капітал, а саме в людей, які здобувають освіту і зможуть застосувати свої знання і навички у креативних індустріях, тому дане питання стає актуальним питанням, та потребує наукового обґрунтування.

**Постановка завдання.** Мета статті полягає в маркетинговому дослідженні інвестицій в людський капітал в сфері креативних індустрій Івано-Франківської об'єднаної територіальної громади. Для досягнення поставленої мети у статті застосовано такі методи дослідження: системний аналіз; синтез та комплексний підхід; абстрагування тощо.

**Результати.** У світі все більшої популярності набуває поняття креативної економіки та креативних індустрій. Поняття креативних індустрій можна трактувати по різному. Креативні індустрії можна охарактеризувати як галузі, які несуть в собі створення креативного та інноваційного продукту культурної або творчої сфери з

доданою вартістю. Для кращого розуміння варто розглянути перелік галузей, які належать до креативних індустрій згідно з класифікацією видів економічної діяльності (рисунок 1) [1].

32.12 Виробництво ювелірних і подібних виробів	59.13 Розповсюдження кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	73.11 Рекламні агентства
32.13 Виробництво біжутерії та подібних виробів	59.14 Демонстрація кінофільмів	73.12 Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації
32.20 Виробництво музичних інструментів	59.20 Видання звукозаписів	74.10 Спеціалізована діяльність із дизайну
58.11 Видання книг	60.10 Діяльність у сфері радіомовлення	74.20 Діяльність у сфері фотографії
58.13 Видання газет	60.20 Діяльність у сфері телевізійного мовлення	74.30 Надання послуг з перекладу
58.14 Видання журналів і періодичних видань	62.01 Комп'ютерне програмування	85.52 Освіта у сфері культури
58.19 Інші види видавничої діяльності	62.02 Консультування з питань інформатизації	90.01 Театральна та концертна діяльність
58.21 Видання комп'ютерних ігор	63.91 Діяльність інформаційних агентств	90.02 Діяльність щодо підтримання театральних і концертних заходів
58.29 Видання іншого програмного забезпечення	70.21 Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю	90.03 Індивідуальна мистецька діяльність
59.11 Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	71.11 Діяльність у сфері архітектури	90.04 Функціонування театральних і концертних залів
59.12 Компонування кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	72.20 Дослідження і експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук	91.01 Функціонування бібліотек і архівів
91.02 Функціонування музеїв		

Рис.1. Види економічної діяльності, які належать до креативних індустрій [1]  
Fig.1. Types of economic activity related to creative industries [1]

Використовуючи кабінетні методи маркетингових досліджень, було проаналізовано та систематизовано відповідність виду економічної діяльності галузі знань та спеціальності вищої освіти (рисунок 2) [2].

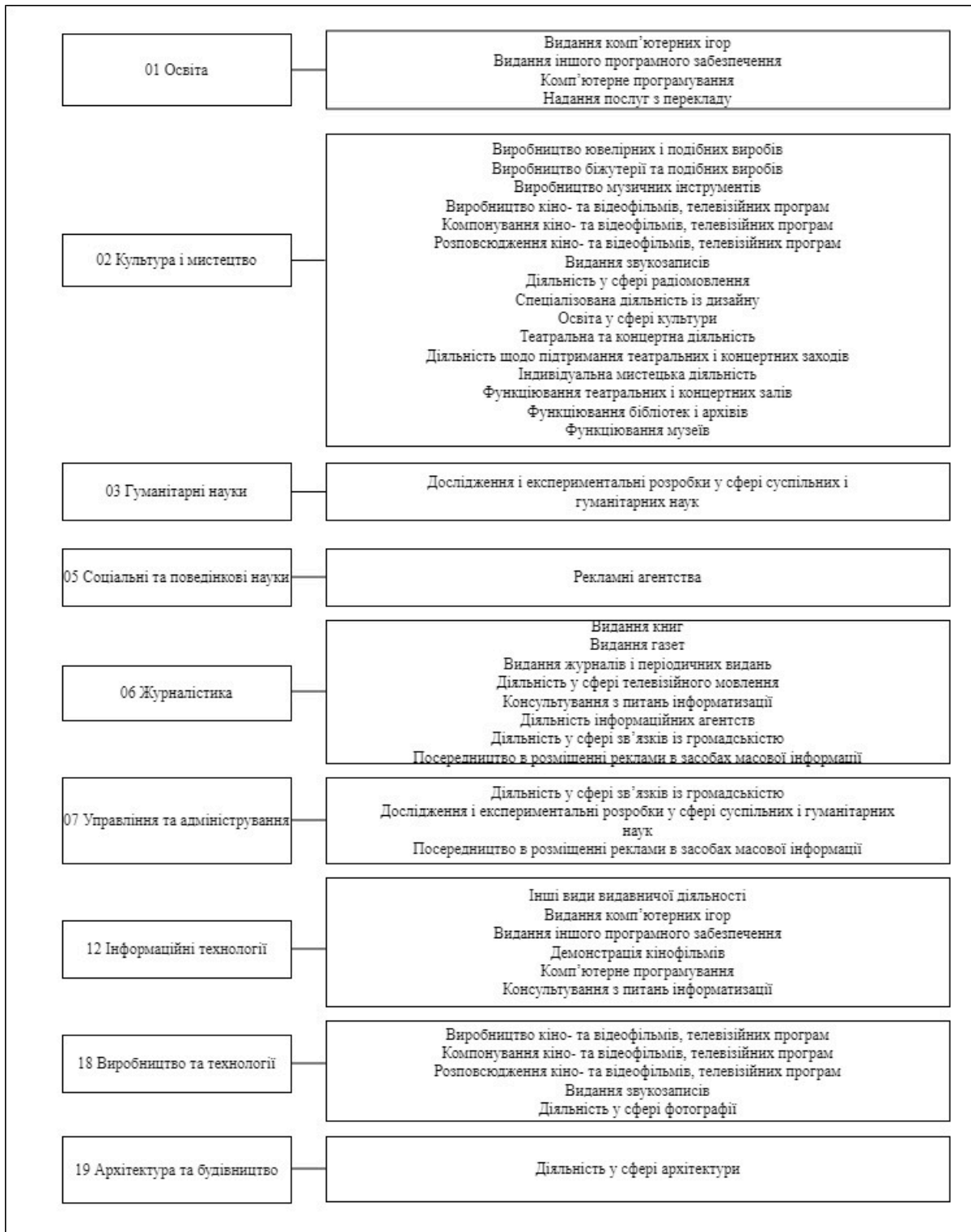


Рис 2. Відповідність виду економічної діяльності галузі знань та спеціальності вищої освіти

Fig. 2. Correspondence of the type of economic activity to the field of knowledge and specialty of higher education

Однією з найгостріших проблем, пов'язаних з креативними індустріями, є інвестиції. Аналізуючи сучасний стан, в якому знаходиться економіка країни і регіону, можна побачити, що залучення коштів з зовнішніх та внутрішніх джерел відбувається в основному в оборонний сектор. Так, згідно з даними головного управління статистики в Івано-Франківській області, у 2023 та у 2024 роках кількість зареєстрованих осіб підприємців склала понад 50 тисяч [3]. Це свідчить про те, що велика частка людей задіяна, працює у видах діяльності, пов'язаних саме з креативними індустріями.

Проведений аналіз на рисунку 2 свідчить про те, що однією з ключових галузей знань ,яка готує кадри для видів економічної діяльності креативних індустрій, є галузь 02 Культура і мистецтво. Для проведення маркетингового дослідження було взято за основу вищі навчальні заклади Івано-Франківської ОТГ, які здійснюють підготовку фахівців в цій галузі, а саме: Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника та Університет Короля Данила. Варто зазначити, що для проведення дослідження, було взято кількість абітурієнтів, які вступили у ЗВО за першим етапом.

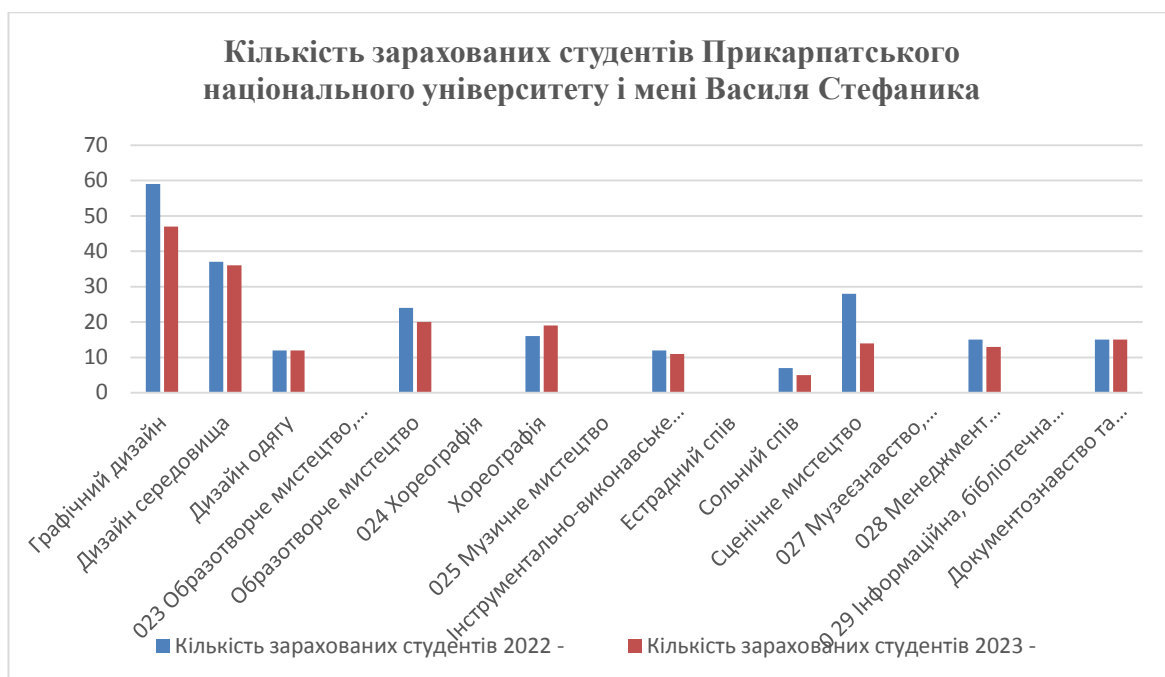


Рис.3. Порівняльний аналіз кількості вступників у галузі 02 Культура і мистецтво у 2022-2023 р. Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника  
 Fig. 3. Comparative analysis of the number of applicants in the field of 02 culture and art in 2022-2023 of the Precarpathian National University and Vasyl Stefanyk's memorial

Згідно рисунку 3 можна побачити, що чисельність вступників на галузі 02 Культура і мистецтво у 2023 році за освітніми програмами показує спадний характер. Це пов'язано з низкою причин, а саме: війна, внутрішня міграція населення, зовнішня міграція населення, втрата роботи, яка дає можливість оплатити за навчання та інші. Також не менш важливим фактором є зростання освітніх програм в університетах та зміна трендів.

Порівняльний аналіз кількості вступників галузі 02 Культура і мистецтво у 2022-2023 р. університету Короля Данила зображено на рисунку 4. Варто зазначити, що дана галузь в УКД представлена лише невеликою кількістю програм. По ОПП графічний дизайн можна побачити значний спад.

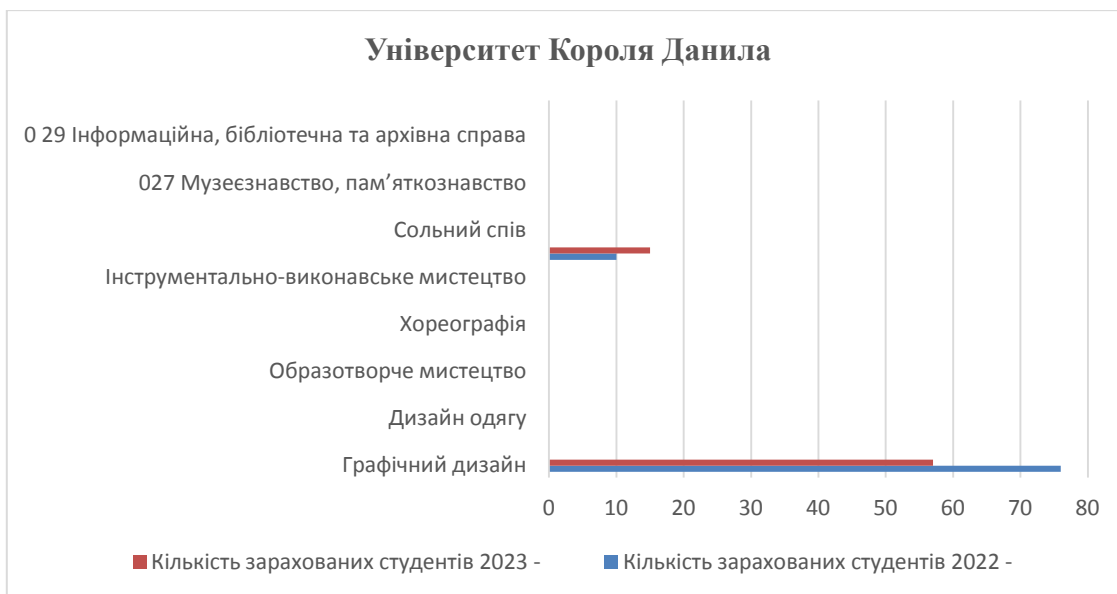


Рис.4. Порівняльний аналіз кількості вступників у галузі 02 Культура і мистецтво у 2022-2023 р. Університет Короля Данила

Fig. 4. Comparative analysis of the number of applicants in the field of study 02 Culture and Arts in 2022-2023 King Daniel University

Кількість абітурієнтів, які вступили на дані спеціальності, має як прямий, так і опосередкований вплив на залучення інвестицій в сферу креативних індустрій в Івано-Франківській ОТГ.

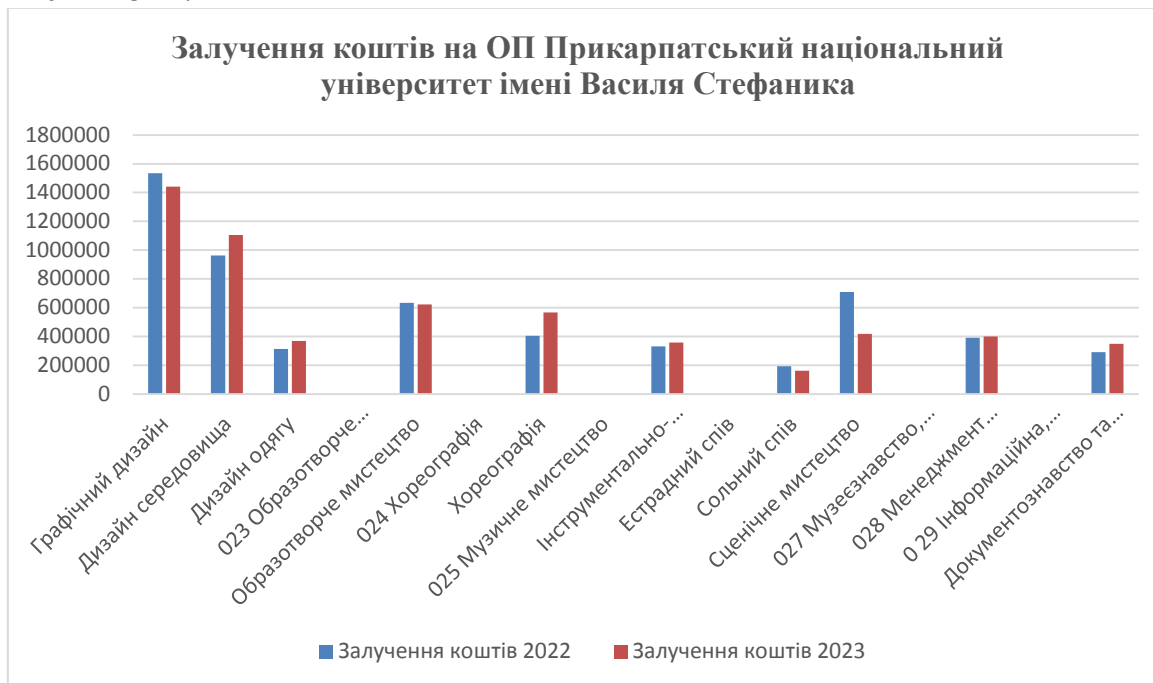


Рис 5. Залучення коштів на ОП Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Fig. 5. Raising funds for the OP of Vasyl Stefanyuk Precarpathian National University

Враховуючи зростання вартості освітніх програм, пов'язане переважно з інфляційними процесами, спостерігається збільшення інвестицій у такі ОП за галуззю 02 як: Хореографія, Менеджмент соціокультурної діяльності, Документознавство.

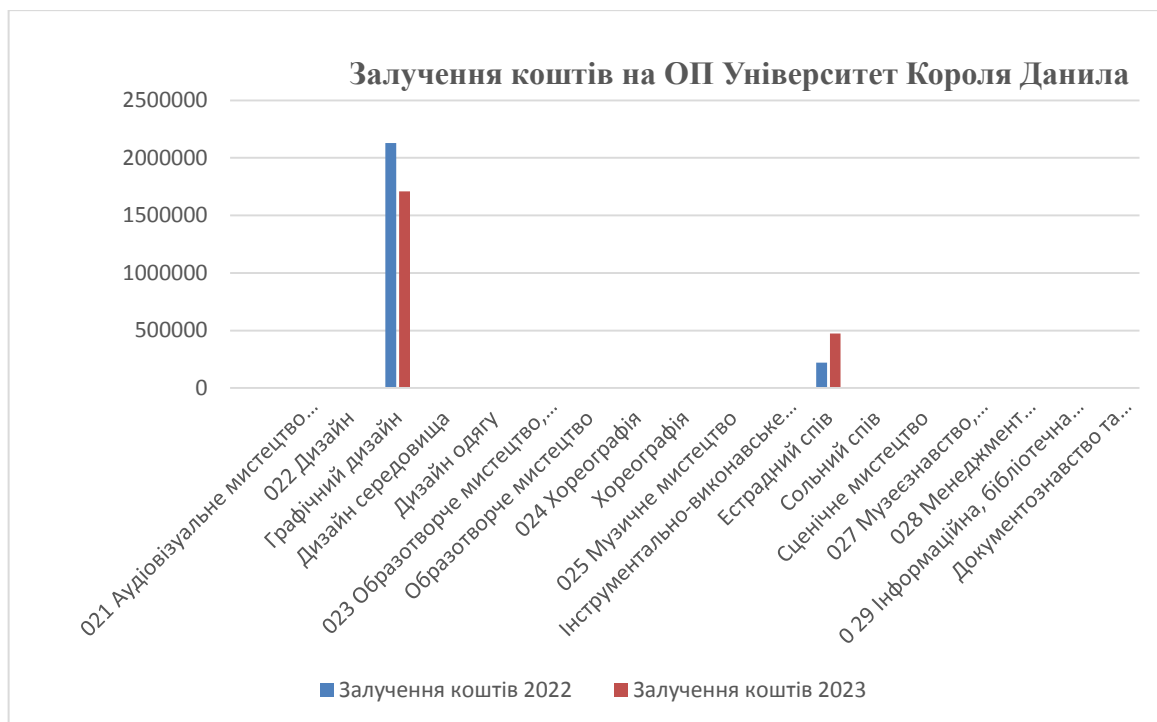


Рис. 6. Залучення коштів на ОП Університет Короля Данила  
 Fig. 6. Raising funds for the OP of King Danylo University

В УКД відбувся приріст коштів за освітньою програмою Естрадний спів. Згідно рисунку 7, загальна сума залучених коштів університетами на спеціальності галузі 02 Культура і мистецтво за 2022-2023 р., склала 16075990. У 2022 на фінансування культури в ОТГ було виділено 140 млн грн.

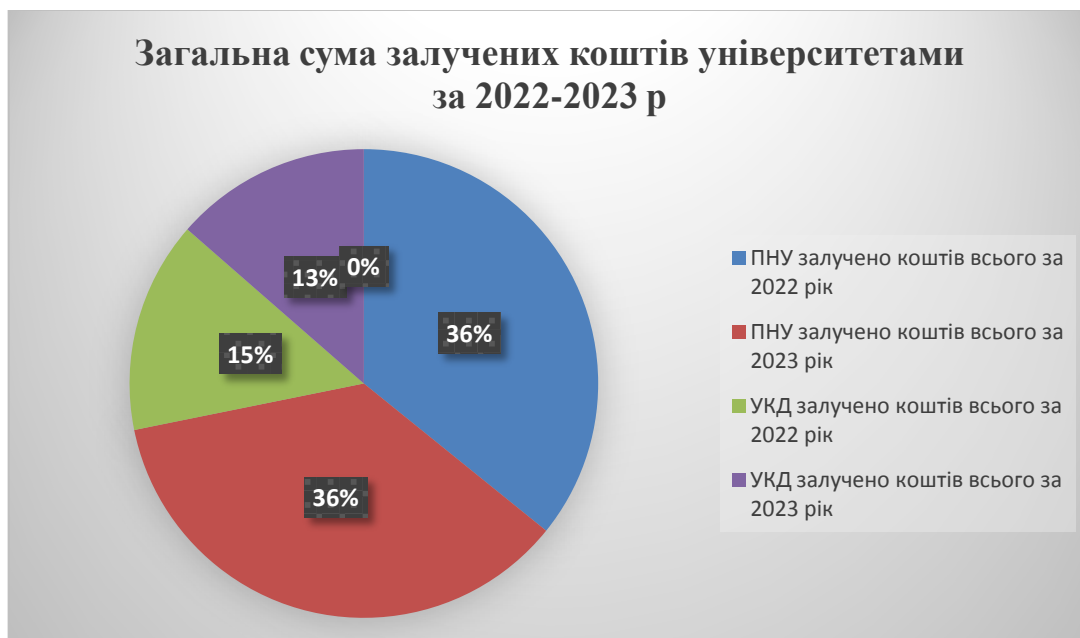


Рис 7. Загальна сума залучених коштів університетами на спеціальності галузі 02  
 Культура і мистецтво

Fig. 7. Total amount of funds raised by universities for specialties in field of study 02  
 Culture and art



Варто зазначити, що це досить вагомий показник у порівнянні з іншими видами залучення внутрішніх інвестицій в креативні індустрії Івано-Франківської ОТГ. Для порівняння на бюджет участі цього року в ТГ було виділено 30 млн, а залучення за рік у ОПП, по'язані з креативними індустріями, складає 5 млн., а це в свою чергу 16,6 %.

**Висновки.** Сфера креативних індустрій є інструментом для розвитку економіки як держави в цілому, так і окремої ТГ. Дане дослідження дало можливість зрозуміти рівень інвестицій в ОПП галузі 02 Культури і мистецтво в Івано-Франківській ОТГ. Дані інвестиції мають як прямий, так і опосередкований вплив на певні сфери економіки регіону.

Велика кількість студентів на даних освітніх програмах дає можливість з одного боку отримати ресурс вищим навчальним закладам для подальшого інвестування як в людський капітал, так і безпосередньо в проекти, які вплинуть на розвиток регіону, а з іншого, дає можливість спрогнозувати потенційну кількість працівників даної галузі в регіоні та здійснити прогноз сфер, які повинні розвиватися, де дані працівники будуть основними драйверами розвитку.

1. Розпорядження Кабінету Міністрів України "Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій" від 24.04.2019 р. № 265-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/prozatverdzhnoyi-diyalnosti-yaki-nalezhat-do-kreativnih-industrij> (дата звернення 5.04.2024)
2. Інформаційний ресурс Вступ ЄДБО URL: <https://vstup.edbo.gov.ua/>(дата звернення 5.04.2024)
3. Головне управління статистики в Івано-Франківській області URL: <https://ifstat.gov.ua/>(дата звернення 5.04.2024)
4. Chalmers Dominic, Fisch Christian, Matthews Russell, Quinn William, Recker Jan. Beyond the bubble: Will NFTs and digital proof of ownership empower creative industry entrepreneurs? *Journal of Business Venturing Insights*. Elsevier. 2022. 17(C). DOI: 10.1016/j.jbvi.2022.e00309
5. Ковпак Viktoriia, Nataliia Lebid. Creative industries as a mechanism of creative economy and strategic communications. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2022. 8(4). 102-109. DOI: 10.30525/2256-0742/2022-8-4-102-109
6. Salder Jacob. The creative business: enterprise development in the arts-based creative industries. *Creative Industries Journal*. 2021. 14(1). 63-80. URL: <https://doi.org/10.1080/17510694.2020.1789414>
7. Kong Lily. From cultural industries to creative industries and back? Towards clarifying theory and rethinking policy. *Handbook on the Geographies of Creativity*. Edward Elgar Publishing, 2020. 54-72. DOI: <https://doi.org/10.4337/9781785361647.00011>
8. Gonzalez-Cristiano Alberto, Nicolas Le Grand. Achieving a shared understanding in the creative industries: freelancers' use of boundary objects in collaborative innovation projects. *Creative Industries Journal*. 2023. 1-16. DOI: 10.1080/17510694.2023.2218656

#### References

1. On Approval of Types of Economic Activity Belonging to Creative Industries. Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine of 24.04.2019 No. 265-p. Cabinet of Ministers of Ukraine, [www.kmu.gov.ua/npas/prozatverdzhnoyi-diyalnosti-yaki-nalezhat-do-kreativnih-industrij](http://www.kmu.gov.ua/npas/prozatverdzhnoyi-diyalnosti-yaki-nalezhat-do-kreativnih-industrij). Accessed 5 Apr.2024.
2. Information resource Introduction of the EDBO, [vstup.edbo.gov.ua/](http://vstup.edbo.gov.ua/) Accessed 5 Apr.2024.
3. Main Department of Statistics in Ivano-Frankivsk region, [ifstat.gov.ua/](http://ifstat.gov.ua/) Accessed 5 Apr.2024.
4. Chalmers, Dominic, Fisch, Christian, Matthews, Russell, Quinn William, and Jan Recker. "Beyond the bubble: Will NFTs and digital proof of ownership empower creative industry entrepreneurs?" *Journal of Business Venturing Insights*, vol. 17, 2022, doi: 10.1016/j.jbvi.2022.e00309
5. Ковпак, Viktoriia, and Nataliia Lebid. "Creative industries as a mechanism of creative economy and strategic communications." *Baltic Journal of Economic Studies*. vol. 8(4), 2022, pp. 102-109, doi: 10.30525/2256-0742/2022-8-4-102-109
6. Salder, Jacob. "The creative business: enterprise development in the arts-based creative industries." *Creative Industries Journal*, vol. 14(1), 2021, pp. 63-80, <https://doi.org/10.1080/17510694.2020.1789414>
7. Kong, Lily. "From cultural industries to creative industries and back? Towards clarifying theory and rethinking policy." *Handbook on the Geographies of Creativity*. Edward Elgar Publishing, 2020, pp. 54-72, <https://doi.org/10.4337/9781785361647.00011>
8. Gonzalez-Cristiano, Alberto, and Nicolas Le Grand. "Achieving a shared understanding in the creative industries: freelancers' use of boundary objects in collaborative innovation projects." *Creative Industries Journal*, 2023, pp. 1-16, doi: 10.1080/17510694.2023.2218656.