

<https://doi.org/10.31516/2410-5325.080.07>
 УДК 330.552:338.46]:331.5.021](045)

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЗБАЛАНСОВАНOSTI (ГАЛУЗЕВОГО) РИНКУ ПРАЦІ У СФЕРІ КУЛЬТУРИ

Г. В. Аfenченко

Харківська державна академія культури, м. Харків, Україна
 hennadii_afenchenko@xdak.ukr.education

Н. В. Шумлянська

Харківська державна академія культури, м. Харків, Україна
 terminashka@ukr.net

H. Afenchenko

Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv, Ukraine
<https://orcid.org/0000-0002-7248-2315>

N. Shumlianska

Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv, Ukraine
<https://orcid.org/0000-0003-2771-3994>

Г. В. Аfenченко, Н. В. Шумлянська. Формування механізму збалансованості (галузевого) ринку праці у сфері культури

Розглядаються питання забезпечення відповідності попиту працевдавців пропозиції закладів освіти. Кроком на шляху їх вирішення є визначення структури та окреслення меж галузі культури й мистецтва за основними й допоміжними видами діяльності. Визначаються чинники та умови формування механізму збалансованості попиту й пропозиції на ринку праці. Охарактеризовано явища, які ускладнюють отримання достовірної інформації стосовно ринку праці. Аналізуються основні світові й вітчизняні підходи до класифікації видів діяльності за критерієм притаманності до галузі. Обґрунтовано їх розподіл на сферу класичного (традиційного) мистецтва, сферу культурних індустрій та сферу культурного дозвілля і розваг. Окремо представлено завдання менеджера культури із забезпечення їх сталого функціонування.

Ключові слова: галузь культури і мистецтва, культурні індустрії, креативні індустрії, види діяльності, менеджер культури.

H. Afenchenko, N. Shumlyanska. Formation of the balance mechanism of the (industry-specific) labor market in the field of culture

The scientific topicality is that government institutions, public organizations of graduates and educational institutions, trade unions, employers' associations, marketing agencies for market research, employment intermediary companies, local self-government bodies, freelancers and even separate events, festivals, forums strive to balance demand and supply, form the infrastructure of this specific market.

The purpose is to analyze the opportunities and approaches of determining the market demand for

specialists in the field of culture and art as a result of determining the structure of the industry.

The methodology. During the research, the analytical method, methods of description, comparison and generalization were applied.

The results. In order to solve the problem of assessing the demand for specialists in the labor market, firstly, it is proposed to outline the boundaries of the industry and define the types of activities. The division of the field of culture and art by types of activity into the field of classical (traditional) art, the field of cultural industries, and the field of cultural leisure and entertainment, is substantiated. The task of a culture management specialist to ensure their sustainable functioning is presented.

The scientific novelty. A comparison was made between the accepted approaches to the classification of the sectors of cultural and creative industries in the context of their importance for the economy of countries and the structure of cultural industries in the context of employment and the demand for specialists in the labor market.

The practical significance. In the future, there are prospects for outlining the sectors of the cultural manager's professional activity in the cross-section of the field of cultural industries with an indication of their inherent tasks and types of activity.

The conclusions. Types of activities in the structure of creative and cultural industries differ from scientific and technical spheres by their inherent artistic direction, as well as by activities related to their implementation, fixation and design.

Culture management is an intermediary between the artist and society. It focuses, on the one hand, on the provision of conditions and maintenance of art, on the other hand, on the receiving, promoting, using and preserving of achievements of art in society.

Keywords: *field of culture and art, cultural industries, creative industries, activities, culture manager.*

Актуальність теми дослідження. Пошук збалансованості на ринку праці між випуском фахівців закладами освіти і запитом працедавців стосується не лише галузі культури й мистецтва. Ця важлива проблема актуальна для всіх галузей господарства в багатьох країнах. Урядові установи, громадські організації випускників та закладів освіти, профспілки, асоціації роботодавців, маркетингові агентства з дослідження ринків, компанії-посередники з працевлаштування, органи місцевого самоврядування, фрілансери і навіть окремі заходи фестивалів, форумів беруть участь у збалансуванні попиту й пропозиції та формують інфраструктуру цього специфічного ринку.

Постановка проблеми. В умовах слабкої ініціативи працедавців з формування запиту на випускників, чіткого формулювання компетентностей працівника заклади освіти намагаються визначити вимоги до структури освітніх компонентів та їх змісту. У кожній країні з розвинутою системою галузей національного господарства й увагою до інституту освіти поступово склався власний механізм оцінювання та прогнозування потреб у кваліфікованих кадрах, оцінювання ресурсів і можливостей організацій із забезпечення освітніх послуг (Карпенко, 2014).

В Україні процес природного формування механізму збалансованості на ринку праці обтяжується певними чинниками та умовами.

Передусім це державне перебудівництво (зміна органів регулювання і їхніх функцій, адаптація до європейської системи освіти).

У контексті попиту — радикальна зміна системи галузей господарства та її структури з усуненням системи державного розподілення випускників (зовнішньоекономічні можливості вітчизняних підприємств, великі обсяги імпортової продукції, утворення в економіці великих бізнесгруп, трудова міграція, нові сфери трудової діяльності).

У контексті пропозиції — ринкові реформи виробничих відносин (комерціалізація освітньої діяльності державних закладів, навчання за кордоном, поява приватних закладів, пропозиції

від іноземних закладів у країні, неформальна освіта).

Також слід означити зовнішні і внутрішні фактори (великі світові технологічні зміни у виробництві товарів та послуг, повсюдне впровадження ІТ, політична нестабільність, воєнні дії, значні демографічні зміни в структурі населення).

Це можна розцінювати як виклик інституту освіти і, відповідно, потрібне концентрування зусиль і різних підходів до її вирішення.

Аналіз наукових досліджень і публікацій. Ринок праці є найважливішим механізмом регулювання процесів функціонування галузей національного господарства та об'єднує працедавців (підприємства, організації й установи) і потенційних працівників для задоволення попиту споживачів і суспільства. Ефективність його функціонування забезпечується роботою багатьох інституцій: органів державного управління, закладів освіти, профспілок, інвесторів, громадських організацій. Для рівноваги необхідно знайти відповідність між пропозицією (йдеться про випускників певного рівня підготовки) і запитом працедавців.

Актуальною проблемою є наявність даних, які затребувані для аналізу. Для їх отримання дослідники в різних країнах пропонують різноманітні методи (Гончаренко, 2013; Дериховська, 2014; Аблязова, 2020):

- спостереження за зайнятістю у видах діяльності й відповідний об'єм випуску продукції порівняно зі споживанням (нормативно-галузевий, довгострокове прогнозування);
- опитування працедавців (polling, короткострокове прогнозування);
- кількісний метод, який враховує затребувані нові компетентності;
- визначення обсягу держзамовлення відповідно до кількості випускників середньої школи;
- надання квот на підготовку фахівців, які деяким міністерствам дозволено встановлювати самостійно (наприклад, у сфері оборони, охорони здоров'я та освіти);
- визначення чисельності безробітних.

Усі галузі різняться за діяльністю, темпами змін, особливостями розвитку, мають свої специфічні невідповідності попиту на фахівців та

їх пропозиції. Крім того, відсутня можливість визначити пряме співвідношення між фахівцями-випускниками гуманітарної, соціальної, природничої, інженерно-технічної, адміністративно-економічної та інших галузей знань з професіями, які потрібні для галузей національного господарства країни і конкретних посад на підприємствах. Одним з простих рішень є дотримання співпадінь, яке залишилося з минулих часів всеосяжного планування. Іноді це надає потрібні результати, переважно для державних підприємств зі сталими зв'язками з відповідними галузевими закладами (наприклад, гірнична справа, металургія, машинобудування, енергетика, мистецтво, освіта, медицина та ін.) Деякі спеціальності на хвилі громадського піднесення посіли сталу позицію на ринку праці й користуються попитом у приватному секторі (маркетолог, юрист, бухгалтер). Певні поширені спеціальності складно знаходять визнання в державних органах (туризм і рекреація, реклама). Нові спеціальності можуть бути долучені до галузі знань, які затребувані працедавцями, але відсутність загальновизнаної назви внеможливає їх ідентифікацію в державному статистичному моніторингу.

Дослідження ринку праці для галузі культури і мистецтва обтяжується певними явищами, які ускладнюють збір достовірної інформації:

- на ринку культурних індустрій завжди можлива реалізація власних талантів, які можуть знайти попит на свої твори в будь-якій формі товарообмінних операцій;
- споживання має індивідуальний попит і еластичність за ціною (т. зв. «відкладений попит» на задоволення духовних потреб, на відміну від матеріального споживання);
- суттєва залежність від державного фінансування, планування бюджету, політичних настроїв;
- недотримання вимог і норм працевлаштування (відсутність позицій у штатному розкладі компанії, у КВЕДі, з працевлаштуванням у формі ФОП, тимчасова зайнятість, фріланс);
- поширений підхід на основі власних уявлень, відчуттів про цінність фахівців для працедавців;
- трудова, зокрема закордонна, міграція.

Ринку робочої сили в аспекті працевлаштування випускника після досягнення першого бакалаврського ступеня вищої освіти притаманні такі ознаки:

- 4-річний період між сукупним запитом на фах робочої сили та його реалізацією;
- стан кон'юнктури ринку робочої сили, який постійно й швидко змінюється;
- зміни в компетентностях, які затребувані працедавцями у фахівців.

Для розуміння особливостей попиту (реального сектору економіки, де галузь культури та культурних індустрій не є винятком) пропонуємо вирішення проблеми поділити на декілька етапів. Першим кроком необхідно скласти уявлення про галузь, її межі, а саме про склад підприємств (установ, організацій), які поєднують ознаки подібності технологій, споживчих якостей товару, конкурують між собою на окремому галузевому ринку.

Наступним кроком після усвідомлення загального стану галузі можливі секторальна типологія видів діяльності та приблизна характеристика виробничих завдань з максимальним ступенем охоплення всього поля професійної діяльності.

Мета статті — проаналізувати можливості та підходи визначення ринкового попиту на фахівців у галузі культури і мистецтва в результаті визначення структури галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Порівняння діяльності організацій у сфері культури з традиційними підприємствами виробництва стало оформлятися як науковий підхід із середини ХХ ст. Представники франкфуртської школи Т. Адорно, М. Хоркхмайер використали поняття «культурна індустрія» для опису ступеня поширеності мистецтв (хореографії, музики, живопису, театру, кіно) у суспільстві (The Economy of Culture in Europe, 2006).

Розуміння структури господарства в галузевому розрізі, застосування міжгалузевих балансів до планування розвитку національних економік здебільшого стосувалось сфери товарів виробничого призначення та роздрібного особистого споживання. Соціальна, культурна й побутова сфери поєднувалися в окремий блок видів діяльності та розглядалися окремо. Розквіт масової культури, доступ широких мас до

витворів, зокрема елітарного мистецтва, творчість на замовлення, залучення до споживання мистецтва великих груп громадськості, організація виробництва предметів для духовних потреб різних верств населення підштовхувало до розгляду культури не як деякої вторинної, допоміжної діяльності, а саме як комплексу окремих, креативних (творчих) індустрій. Зараз завдяки розвитку інформаційних технологій мільярди людей отримали можливість поцінувати твори мистецтва і їх кількість постійно зростає.

У визначенні UNESCO культурні й креативні індустрії — це «сектори організованої діяльності, основною метою яких є виробництво або відтворення, просування, поширення та/або комерціалізація товарів, послуг та видів діяльності, що мають походження культурне, мистецьке чи пов'язане з охороною спадщини» (Creative Industries. UNESCO, 2012). У такому трактуванні, на наш погляд, підкреслюється значущість культури для існування суспільства, акцентується на пошуку методики визначення внеску культурних та мистецьких видів діяльності в економіку держави та добробут населення, формування статків розвинутих країн, вплив на інноваційність матеріального виробництва.

Культурні індустрії збільшують свою частку внеску у формування валового внутрішнього продукту у країнах і світі загалом. За оцінками UNESCO, «культура та мистецтво становлять 3,1 % світового валового внутрішнього продукту (ВВП) і 6,2 % усіх зайнятих. Експорт культурних товарів і послуг зріс удвічі у вартості з 2005 року до \$389,1 млрд у 2019 році» (Reshaping policies for creativity: addressing culture as a global public good, 2022). Експерти вважають, що це наймолодші та найшвидше зростаючі економічні сектори у світі, хоча «... часто не помічаються державними та приватними інвестиціями».

В Україні поділяють різні підходи до класифікації креативних і культурних індустрій, розглядаються економічні важелі оцінки видів діяльності. Аналітичні звіти стосуються економічної привабливості української культури (Ангел та ін., 2019), економічні показники креативних індустрій та їх вплив на розвиток економіки країни (Ніколаєва та ін., 2020).

Опосередковано можна судити про капіталізацію та економічну потужність галузі за втратами України під час збройної агресії. У звіті, який підготовлений у співпраці ООН, Світовим банком, Європейською комісією та урядом України, збитки у сфері культури й туризму оцінюються приблизно в \$15,2 млрд (зокрема і втрати прибутків від туризму, мистецтва, спорту, розваг, відпочинку, культурної освіти) (Ukraine Rapid Damage and Needs Assessment February 2022 — February 2023, 2023).

Однією з перших методичних розробок оцінки значення креативних індустрій в економіці є підхід Департаменту цифрової сфери, культури, ЗМІ та спорту Великої Британії. Тут трактування креативних індустрій (на відміну від підходу як культурних індустрій Франції та Німеччини) розширене, — це «походження з індивідуальної творчості, умінь і таланту, наявність потенціалу для створення благ і робочих місць у результаті створення та використання інтелектуальної власності», має таке поєднання видів діяльності, як реклама, архітектура, живопис і антикваріат, ремесла, дизайн, мода, кіно, інтерактивне програмне забезпечення для дозвілля, музика, видавнича справа, програмне забезпечення, телебачення, радіо (Creative Industries Mapping Documents, 1998).

У скандинавських країнах використовується термін «Experience Economy», де підкреслюються прибуткові, економічні властивості сфери культури з її складовою — індустрією дозвілля.

В Україні застосовують термін «креативні індустрії». Згідно з законодавством, «креативні індустрії — 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» (Верховна Рада України, 2018). У додатку до розпорядження КМ України їх склад становить 34 види економічної діяльності. Групи видів діяльності містять візуальне мистецтво, сценічне мистецтво, література, видавнича діяльність; аудіальне і аудіовізуальне мистецтво, дизайн; мода; нові медіа, відеоігри, цифрові технології в мистецтві, архітектура й урбаністика; реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю; бібліотеки, архіви та

музеї; народні художні промисли, ін. (Кабінет Міністрів України, 2019). Розуміння креативних індустрій у межах сучасного міста розкриває у своєму аналітичному звіті Український центр культурних досліджень (Український центр культурних досліджень, 2018). Підхід до класифікації видів діяльності у сфері креативних індустрій пропонує дослідниця Т. О. Дробахіна (2022).

Аналітичні звіти різних країн становлять власний перелік видів діяльності. Вони є різноманітними. Їх підбір, вірогідно, пов'язаний з історією виникнення і становлення структури галузей, національними традиціями, позицією урядів. Таке різноманіття не дозволяє здійснити коректне порівняння комплексу культурних / креативних індустрій, оцінити частку галузі культури і мистецтва у структурі галузей національних господарств. Але зберігається бажання розвивати погляд на сферу культури як індустріальну галузь, і розбіжності лише підкреслюють намагання вдосконалити його.

Генеральний директорат з освіти та культури ЄС сектора у сфері культури поділяє види діяльності на культурні й креативні індустрії, на що маємо на меті орієнтуватись у подальшому трактуванні. Поділення ґрунтується на критеріях: з одного боку, творчого виробу (діяльності) митця, з іншого, — ступеня «індустріальності» (можливості масового виробництва та комерціалізації продукту).

Основна сфера поєднує види діяльності, які традиційно належали до сфери культури, масове тиражування їх досягнень надзвичайно обмежено: образотворчі мистецтва (живопис, скульптура, світлина), видовищні види мистецтва (театр, танці, цирк, фестивалі), діяльність зі збереження культурної спадщини (музеї, бібліотеки, місця археологічних розкопок, архіви).

До них додається сфера культурних індустрій, результати виробництва яких доступні масовому споживачеві, ідентифікують автора творчого продукту та мають захист його прав. У підґрунті є результат мистецтва, але їх обіг став генерацією прибутку й організації орієнтовані на досягнення фінансового успіху: кіно та відео, телебачення та радіо, відеоігри, музика, книги.

Наступна — сфера креативних індустрій. Діяльність неможлива без творчості, але кінцевий продукт спрямований на досягнення інших цілей. Як правило, креативні досягнення слугують для втілення в іншому продукті, хоча креатив впливає на зростання цінності товару в очах споживача: різні види дизайну, архітектура, реклама.

У сфері суміжних видів діяльності використовуються творчі досягнення, але креативна складова обмежена циклом технології виробництва і споживання. Керівники з маркетингу не заохочують до творчості, оскільки це підвищує собівартість товару і гальмує безперервність споживання. Продукт суміжних видів діяльності може розглядатися як такий, що базується на досягненнях мистецтва й креативності. Віднесення сюди частки дозвілля має «позакультурне» спрямування. До неї належать: програмне забезпечення, комп'ютерні ігри, дерев'яні меблі, анімація, ігри, казино, урядові та громадські організації (релігійні, культурні, освітні), державне управління, відпочинок, розваги, ботанічні сади та зоопарки, дискотеки й нічні клуби, виноробна та харчова промисловість, спорт, туризм тощо.

Наразі ми спостерігаємо становлення світової методології класифікації видів діяльності, які охоплені креативним наповненням виробництва. Домінуючий підхід демонструє економічну детермінованість, розуміння креативних індустрій як виробничої діяльності, послуг інтелектуальної праці, результатом якої є прибуток / збитки конкретних підприємств.

Різнманітність методів класифікації у країнах світу існує, але можливе й узагальнення. На нашу думку, поняття «креативні індустрії» ширше ніж «культурні індустрії» і воно навіть поглинає його. До їх складу додаються такі сфери і види діяльності, що розглядаються як суміжні, дотичні. Вони відрізняються креативністю, але не ототожнюються з мистецтвом. Сфера ж культурних індустрій містить класичне (традиційне) мистецтво, «нові» види мистецтва з ХХ ст. (кіно, телебачення, відео тощо), частку дозвілля, яка пов'язана з процесом мистецтва та споживанням мистецького продукту (культурні заходи, самодіяльність, екскурсійний туризм), а також

окремі етапи деяких видів діяльності (наприклад, реклама на стадії розробки повідомлення).

Зосередимо подальший розгляд виключно на культурних індустріях. Проте потрібне розширене уявлення про виникнення, зростання осередків культури і мистецтва, їх соціалізації та інституціоналізації. Дійсно, для отримання повної картини того, що відбувається на галузевому ринку культурних індустрій, треба додавати аналіз діяльності підприємств з інших, споріднених, пов'язаних галузей, досліджувати їх взаємний вплив. Крім того, оцінювати райони розташування суб'єктів діяльності з погляду забезпечення ресурсами (наприклад, культурні та історичні пам'ятки, місця накопичення і зберігання цінностей, унікальні архітектурні споруди, явища природи). Долучати результати активної дії фірм з комерціалізації продуктів культури і витворів мистецтва (обслуговування, посередництва та перепродажів). Брати до уваги наявність умов діяльності, наявність і особливості функціонування необхідної інфраструктури.

Якщо узагальнити, то економічне підґрунтя враховується у визначенні внеску і значення видів діяльності галузі культури в добробут суспільства. Таке бачення проявляється передусім у намаганні забезпечити експлуатацію наявних мистецьких та природних об'єктів для споживання широкими верствами населення як у країні розташування, так і залучення споживачів з усього світу. Для гідного функціонування потрібні умови. Спеціаліст менеджменту культури забезпечує зростання осередків мистецтва й культури, організаційно підтримує процес мистецької діяльності в часі та забезпечує впровадження її результатів у суспільстві:

- крім надання можливостей насолоди красою твору мистецтва та/або атмосферою місця перебування, додаються певні діяльності: наукові спостереження, дослідження цінностей культури, вивчення особливостей і наслідків впливу на поведінку людей та на інші культури, здійснення дій з їх збереження;
- співпраця з діячами традиційних (основних) видів мистецтва, надання організаційних послуг для проведення хореографічних, ораторських, вокальних, музичних, театральних виступів, вистав, концертів, фестивалів;

- організація матеріальної виробничої діяльності з елементами творчості від авторського бачення продукту до hand-made продукту;
- робота з просування і продажів витворів мистецтва;
- організація розваг і дозвілля, комерціалізація громадських, розважальних, анімаційних заходів з метою отримання прибутку.

Висновки. Види діяльності у структурі креативних і культурних індустрій мають інтелектуальний зміст, але відрізняються від наукової, технічної сфери притаманним власним творчим наповненням — творами мистецтва, а також діяльністю з їх виконання, фіксування й оформлення. До сфери генерування витворів мистецтва і сфери культурних індустрій (допоміжних, споріднених видів діяльності) додають ще частково сферу дозвілля. Вона зазначається окремо, за змістом не є мистецьким результатом інтелектуальної праці, але використовує надбання мистецтва в соціальних практиках — просвіта, виставкова діяльність, видовищні заходи, екскурсійний туризм тощо.

Спеціаліст з менеджменту культури є посередником між митцем і суспільством. Він зосереджується, з одного боку, на забезпеченні умов і обслуговуванні мистецтва, з іншого, — на отриманні, просуванні, використанні і збереженні результатів мистецтва в суспільстві. Характеристика видів діяльності у розрізі секторів галузі культури й мистецтва для фаху викладено в наступній статті.

Напрями подальших досліджень можуть стосуватися організації співпраці з працедавцями, складання професійних характеристик фахівця, уточнення затребуваних у сфері діяльності компетентностей. Наступним послідовним кроком є об'єднання професійної спільноти, створення асоціації фахівців і закладів освіти з менеджменту культури. Така громадська платформа стане «точкою тяжіння» для моніторингу стану і змін у галузі, обміну досвідом підготовки фахівців, згуртовування зусиль з наукової та методологічної діяльності.

Список посилань

- Аблязова, Н. (2020). Сучасні механізми збалансування вищої освіти та ринку праці. *Економічний аналіз*, 30, 4.
- Ангел, Є., Федець, І., Кравчук, В., Мовчан, В., Кузяків, О., Бураковський, І., & Яблонівська, Т. (2019). Економічна привабливість української культури: аналітична доповідь. *Інститут економічних досліджень та політичних консультацій за підтримки Українського культурного фонду*. <http://www.ier.com.ua/ua/publications/reports?pid=6274>
- Верховна Рада України. (2018). Закон України Про культуру від 19.06.2018 № 2458-VIII (2018 р., 19 червня). *Відомості Верховної Ради (ВВР)*, 34, ст. 257. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-19#n2>
- Гончаренко, М. Ф. (2013). Методи та моделі оцінки та прогнозування потреб економіки у випускниках ВНЗ. *Проблеми економіки*, 1, 368–375. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon_2013_1_55
- Дериховська, В. І. (2014). Підходи та методи прогнозування потреби економіки у випускниках ВНЗ: зарубіжний досвід. *Культура народів Причорномор'я: науковий журнал*, 269, 40–42.
- Дробахіна, Т. О. (2022). Креативні індустрії як об'єкт публічного управління: підходи до визначення і типологізації. *Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права*, 4. <https://chasopys-ppp.dp.ua/index.php/chasopys/article/view/286/252>
- Кабінет Міністрів України. (2019). Розпорядження Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій. від 24 квітня 2019 р. 265-р (2019, 24 квітня). *Zakon Online*. https://zakononline.com.ua/documents/show/381286__381351
- Карпенко, М. М. (2014). Європейський досвід планування підготовки вищими навчальними закладами затребуваних спеціалістів. *Аналітична записка*. Національний інститут стратегічних досліджень. <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gumanitarniy-rozvitok/evropeyskiy-dosvid-planuvannya-pidgotovki-vischimi-navchalnimi>
- Культурні індустрії в сучасному місті: аналітична доповідь. (2018, Серпень 18). *Український центр культурних досліджень*. <https://uccs.org.ua/kreatyvni-industrii/nova-rol-mist/kulturni-industrii-v-suchasnomu-misti/>
- Ніколаєва, О., Онопрієнко, А., Таран, С., Шоломицький, Ю., & Яворський, П. (2020). Основні економічні показники креативних індустрій в Україні: аналітичний звіт. *Центр аналізу міжнародної торгівлі Trade+ при Київській школі економіки на замовлення Міністерства культури та інформаційної політики України*. <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf>
- Creative Industries Mapping Documents (1998). *GOV.UK*. <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>
- Creative Industries. (2012). *UNESCO*. <https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/What%20Do%20We%20Mean%20by%20CCI.PDF>
- Reshaping policies for creativity: addressing culture as a global public good. (2022). *UNESCO*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380474>
- The Economy of Culture in Europe (2006). *European Commission*. http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf
- Ukraine Rapid Damage and Needs Assessment February 2022 — February 2023. (2023). *The World Bank, the Government of Ukraine, the European Union, the United Nations*. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/099184503212328877/pdf/P1801740d1177f03c0ab180057556615497.pdf>

References

- Abliazova, N. (2020). Modern mechanisms for balancing higher education and the labor market. *Ekonomichnyi analiz*, 30, 4. [In Ukrainian].
- Anhel, E., Fedets, I., Kravchuk, V., Movchan, V., Kuziakiv, O., Burakovskiy, I., & Yablonovska, T. (2019). Economical attractiveness of Ukrainian culture: analytical report. *Institute for Economic Research and Political Consultations powered by the Ukrainian Cultural Foundation*. <http://www.ier.com.ua/ua/publications/reports?pid=6274>. [In Ukrainian].
- Verkhovna Rada of Ukraine (2018). Law of Ukraine on Culture dated 19.06.2018 No. 2458-VIII (June 19, 2018). *Vidomosti Verkhovnoi Rady (VVR)*, 34, art. 257. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-19#n2>. [In Ukrainian].
- Honcharenko, M. F. (2013). Methods and models for assessing and forecasting the needs of the economy in university graduates. *Problemy ekonomiky*, 1, 368–375. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon_2013_1_55. [In Ukrainian].
- Derykhovska, V. I. (2014). Approaches and methods of forecasting the needs of the economy for university graduates: foreign experience. *Kultura narodiv Prychornomoria*, 269, 40–42. [In Ukrainian].
- Drobakhina, T. O. (2022). Creative industries as an object of public administration: approaches to definition and typologization. *Dniprovskiyi naukovyi chasopys publichnoho upravlinnia, psykholohii, prava*, 4. <https://chasopys-ppp.dp.ua/index.php/chasopys/article/view/286/252>. [In Ukrainian].

- Cabinet of Ministers of Ukraine. (2019). Order on Approval of Types of Economic Activity Belonging to Creative Industries. Dated April 24, 2019. 265-p (April 24, 2019). *Zakon Online*. https://zakononline.com.ua/documents/show/381286__381351. [In Ukrainian].
- Karpenko, M. M. (2014). European experience in planning the training of demanded specialists by higher education institutions. Analytical note. *National Institute for Strategic Studies*. <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gumanitarniy-rozvitok/evropeyskiy-dosvid-planuvannya-pidgotovki-vischimi-navchalnimi>. [In Ukrainian].
- Cultural industries in a modern city: analytical report. (August 18, 2018). *Ukrainian Center for Cultural Research*. <https://uccs.org.ua/kreatyvni-industrii/nova-rol-mist/kulturni-industrii-v-suchasnomu-misti/>. [In Ukrainian].
- Nikolaieva, O., Onoprienko, A., Taran, S., Sholomytskyi, Y., & Yavorskyi, P. (2020). Key economic indicators of creative industries in Ukraine: analytical report. *Trade+ Center for International Trade Analysis at Kyiv School of Economics commissioned by the Ministry of Culture and Information Policy of Ukraine*. <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreatyvni-industriyi-Zvit.pdf>. [In Ukrainian].
- Creative Industries Mapping Documents (1998). *GOV.UK*. <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>. [In English].
- Creative Industries. (2012). *UNESCO*. <https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/What%20Do%20We%20Mean%20by%20CCI.PDF>. [In English].
- Reshaping policies for creativity: addressing culture as a global public good. (2022). *UNESCO*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380474>. [In English].
- The Economy of Culture in Europe (2006). *European Commission*. http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf. [In English].
- Ukraine Rapid Damage and Needs Assessment February 2022 — February 2023. (2023). *The World Bank, the Government of Ukraine, the European Union, the United Nations*. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/099184503212328877/pdf/P1801740d1177f03c0ab180057556615497.pdf>. [In English].

Афенченко Г. В., кандидат соціологічних наук, доцент кафедри менеджменту культури та соціальних технологій, Харківська державна академія культури, м. Харків, Україна

Шумлянська Н. В., старший викладач кафедри туристичного бізнесу, Харківська державна академія культури, м. Харків, Україна

Afenchenko H., Candidate in Sociological Sciences, assistant professor of the Department of Culture Management and Social Technologies, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv, Ukraine

Shumlyanska N., senior lecturer, Department of Tourism Business, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv, Ukraine

Надійшла до редколегії 20.10.2022