

# “Creative employment as a modern resource of socio-economic recovery of Ukraine”

## AUTHORS

Oleg Marshavin 

## ARTICLE INFO

Oleg Marshavin (2023). Creative employment as a modern resource of socio-economic recovery of Ukraine. *Social and labour relations: theory and practice*, 13(2), 11-19. doi:[10.21511/slntp.13\(2\).2023.02](https://doi.org/10.21511/slntp.13(2).2023.02)

## DOI

[http://dx.doi.org/10.21511/slntp.13\(2\).2023.02](http://dx.doi.org/10.21511/slntp.13(2).2023.02)

## RELEASED ON

Monday, 07 October 2024

## RECEIVED ON

Saturday, 09 December 2023

## ACCEPTED ON

Wednesday, 01 May 2024

## LICENSE



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

## JOURNAL

"Social and labour relations: theory and practice"

## ISSN PRINT

2410-4752

## ISSN ONLINE

2415-3389

## PUBLISHER

LLC “Consulting Publishing Company “Business Perspectives”

## FOUNDER

State Higher Educational Establishment "Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman", Social and Labour Relations Institute



NUMBER OF REFERENCES

18



NUMBER OF FIGURES

0



NUMBER OF TABLES

0

© The author(s) 2024. This publication is an open access article.



Теоретичне і практичне значення має проведена систематизація думок і напрацювань вітчизняних і закордонних науковців щодо змісту креативної зайнятості. Відповідно до визначених цілей і завдань узагальнено і поглиблено концептуальні засади «вузького» та «широкого» підходів до змісту креативної зайнятості. Встановлено, що за «вузьким» підходом до креативних працівників в основному відносять людей мистецтва та творчих професій, осіб, зайнятих в медійній індустрії, фахівців сфери інформаційних систем і технологій, для яких характерною є індивідуальна праця. За авторською позицією, згідно з «широким» підходом креативна зайнятість має місце у всіх галузях і сферах, що виробляють матеріальні, культурні і духовні блага, а також в управлінській діяльності. Ця концепція привносить не лише нові знання в соціоекономіку, а має й практичну значущість для визначення обсягу креативної зайнятості та оцінки державної соціально-економічної політики.

На основі проведеного дослідження зроблено висновок, що креативна зайнятість не є штучним явищем, відірваним від технічного і соціального прогресу. Її розвиток пов'язаний перш за все із збільшенням потреби економіки та соціально-гуманітарної сфери в інноваційних розробках, які у подальшому комерціалізуються. За авторським переконанням, на цій базі формуються нові виробничі відносини, які поступово трансформуються у партнерські.

**Ключові слова**

креативність, креативна зайнятість, людський капітал, інновації, російсько-українська війна, соціально-економічне відновлення, виробничі відносини

**Класифікація JEL**

M12, O31, O10

## ВСТУП

Для епохи глобалізації характерним є майже миттєве поширення кращих технічних, технологічних, інформаційних та інших інноваційних досягнень. Креативність в цьому сенсі не є винятком, вона має чітку тенденцію до досить швидкого розповсюдження у всі куточки світу. Цьому сприяло, зокрема, рішення Генеральної Асамблеї ООН, яка означила 2021 р. Міжнародним роком креативної економіки та сталого розвитку. Це рішення стало не лише визнанням важливої ролі креативної економіки у сучасному світі, а і акцентувало увагу урядів і суспільств на необхідність її розвитку.

Для України розвиток креативного сектору економіки має особливе значення. Російсько-українська війна спричинила руйнацію багатьох промислових підприємств, значні втрати сталися в аграрному секторі, знищено і пошкоджено житло мільйонів українців, а також багато об'єктів міської і транспортної інфраструктури, комунального господарства. В ході російської воєнної агресії тисячі наших співвітчизників загинули, небачених масштабів досягла зовнішня міграція. Втрати робочої сили і основного капіталу значно посилюють негативні процеси на національному ринку праці, які скоріш за все, загостряться і в подальшому. Проблеми з житлом і підбором підходящої роботи, побутовий дискомфорт гальмуватимуть повернення в Україну мігрантів і спричинять чергові хвилі еміграції. В цих найскладніших умовах майже єдиним реальним чинником відновлення стає вітчизняний людський капітал, людина, її таланти, знання, здібності. Ця продуктивна сила за певних умов має виконати роль ядра, навколо якого сформуються інші рушії цифрової економіки. Вони прискорять зміну *сировинної економіки з її експортною орієнтацією на нову економіку з пануванням людського капіталу та трансформацію й нині досить розвиненого інтелектуального потенціалу в креативний людський капітал.*

Оскільки креативна індустрія менш чутлива до економічних криз, політичних та інших мінливостей, вона також стає, як й економіка країни в цілому, більш привабливою для інвесторів. Адже добре відомо: чим більша в економіці складова, що визначається не природними ресурсами, а людським капіталом, тим сильніша її роль як сприятливого фактора інвестування.

## 1. ЛІТЕРАТУРНИЙ ОГЛЯД

Проблема становлення креативного ринку праці як похідна від креативної економіки почала активно досліджуватися закордонними і вітчизняними науковцями на початку XXI ст. Серед засновників концептуальних підходів до розроблення цих проблем перш за все слід назвати Хокінса, Флориду, Тросбі, Лендрі [3, 5, 7, 9]. Ці науковці розкривали сутність і зміст поняття та значення креативності, творчості, нових ідей для розвитку економіки та соціальної сфери.

Хокінс визнав головну відмінність креативної економіки у тому, що вона створює ідеї, а не звичайні речі і ґрунтується на знаннях, творчості, інтелекті, технологіях та інноваціях [5]. Флорида сформулював поняття «креативний клас», підкреслив його основну економічну функцію – продукувати нові ідеї, нові технології, новий креативний контент; визначив найбільш значущі чинники, які вплинули на розвиток західної креативної економіки: університети, освіта, сприятливий креативний клімат [3, с. 30]. Тросбі розробив *модель концентричних кіл креативної економіки, яка знайшла широке визнання серед науковців* [15]. Лендрі аналізував вплив талановитих людей, перш за все у сфері культури, на економіку регіону, розглядав їх як центр тяжіння для креативного людського капіталу [9].

Збагаченню науково-практичної цінності ідей і концепцій про креативну економіку і креативну зайнятість сприяли доробки низки вітчизняних науковців. Зокрема, слушно наголошують Колот і Герасименко про те, що в умовах соціально-економічного відновлення з нестачею сучасного основного капіталу ці модернові ресурси – знання та інформація по суті є багаторазові, “не убувають у міру їх використання і можуть використовуватися багаторазово” [8, с. 110].

Фактичні дані свідчать, що креативна економіка має високий потенціал прибутковості, збереження існуючих та генерування нових робочих місць, стійкість до економічних криз. Так, за результатами досліджень Центру аналізу міжнародної торгівлі “Trade+”

при Київській школі економіки, креативні здобутки в Україні характеризують такі явища [10, с. 11, 12, 29, 47]:

- у кризовому 2020 р. український експорт послуг креативної індустрії порівняно з попереднім роком зріс на 13.3%, незважаючи на те, що загальний обсяг українського експорту послуг скоротився на 26.3% [18, с. 360];
- валова додана вартість креативної індустрії України у 2019 році відносно 2018 р. зросла на 20.8%;
- кількість фірм у сфері креативної індустрії за 2019 р. збільшилася з 175.2 тис до 205.5 тис суб'єктів;
- частка зайнятих в креативній індустрії (3.6%), хоча ще значно менша ніж в економічно розвинених країнах, зокрема Великої Британії (11.9%), але у 1.5 рази перевищила показник Польщі (2.4%).

Так, у публікації Бутник наголошується, що креативна індустрія охоплює певну сукупність видів економічної діяльності, які виробляють креативні товари та послуги, і є часткою нової економіки, яка базується на застосуванні людської творчості та активізації творчого потенціалу людини [2]. Широкий методологічний контекст міститься у публікаціях Гуменної і Прогнімак. Зокрема, Гуменна розуміє креативну економіку як тип економіки, що являє собою сукупність соціально-економічних відносин, які виникають з приводу виробництва, розподілу, обміну та споживання благ, створених на основі талантів людини, нестандартних, нетрадиційних ідей, стратегій, заходів, які забезпечать ефективне розв'язання соціально-економічних проблем на основі нових знань та якісно нових рішень [7]. Цінність публікації Прогнімак полягає в ототоженні посилення креативності у сфері зайнятості з більш масштабними суспільними перетвореннями, що по-новому сегментує не тільки ринок праці, а і суспільство в цілому [12].

Чинники, що негативно впливають на формування креативного потенціалу України, слушно визначено у статті Гринчук: відсутність у

влади стратегічного бачення ролі креативної зайнятості та шляхів її піднесення. Для розвитку креативності авторка пропонує значно покращити якість трудового життя всіх верств населення, збільшити фінансування науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт та освіти [6].

Галасюк, справедливо визначаючи ключові глобальні тренди розвитку креативної економіки, підкреслив необхідність впровадження моделі державно-приватного партнерства та підтримки талантів, особливо серед молоді, яка потребує фінансових ресурсів для реалізації своїх ідей [4].

Узагальнено слід зауважити, що у своїх публікаціях вітчизняні і закордонні науковці плідно аналізують сутність креативної економіки, зміст креативної зайнятості. Незважаючи на різноманітність поглядів і думок, вони визначають креативність як певну конфігурацію творчих здібностей людини, її здатність до продукування і втілення нових ідей, пов'язують креативність з генеруванням нових підходів, які можна втілити у практику бізнесу [11, с. 41].

Незважаючи на вагомий здобутки вітчизняних і закордонних науковців у дослідженні креативної індустрії та креативної зайнятості, недостатньо висвітленими на сьогодні залишаються концептуальні засади визначення критеріїв та ознак категорій населення, видів діяльності, що охоплює креативна зайнятість; їх систематизація; генезис креативної зайнятості; значення формування креативного сегменту ринку праці для соціально-економічного відновлення України.

## 2. МЕТА СТАТТІ

Поглиблення концептуальних засад креативної зайнятості, систематизація думок щодо її змісту та ознак; висвітлення процесів еволюції сфери зайнятості у креативну як похідну від трансформації основного капіталу, техніки і технологій; обґрунтування ролі креативної зайнятості у соціально-економічному відновленні України є метою статті.

## 3. МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

У роботі застосовано діалектичний метод, системний підхід, прийоми абстрагування й узагальнення, порівняльний аналіз з метою виявлення взаємозалежності еволюції сфери зайнятості, розвитку економіки і соціально-трудових відносин, обґрунтування природного характеру трансформації сфери зайнятості у креативну. У статті використано стратегічний підхід – для оцінки стратегії розвитку сфери зайнятості та формування імперативу креативної економіки та креативної зайнятості; процесний підхід – для визначення змісту еволюційного розвитку креативності у часовому вимірі; методи аналізу і синтезу – для критичного аналізу ідей і концепцій щодо змісту та векторів розвитку креативної зайнятості та їх інтеграції у концептуальні засади розвитку креативного сегменту ринку праці; узагальнення – для обґрунтування висновків і результатів досліджень.

Дослідження виконано на матеріалах наукових праць вітчизняних і закордонних учених та експертів, аналізі законодавчих актів, оперативної інформації окремих міжнародних і громадських організацій України.

## 4. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Результати аналізу проблеми креативної зайнятості показують, що в економічній науці конкурують два концептуальних підходи: «вузький» (традиційний) і «широкий» (новий). За «вузького» (традиційного) підходу креативну зайнятість пов'язують з індивідуальним характером праці і створенням переважно нематеріального продукту. До неї включають осіб, зайнятих у мистецтві, шоу-бізнесі і медіо-індустрії, дизайні, моді, образотворчому мистецтві, науці, освіті. Останнім часом окремі фахівці розглядають креативність також у контексті розвитку діджитал-економіки.

«Вузький» підхід продемонстрований у чинному Законі України «Про культуру», в якому креативні індустрії визначено як види економічної діяльності, метою яких є створення до-

даної вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження, а до креативних індустрій віднесено лише: мистецтво; дизайн; література і видавнича діяльність; інформаційні технології; архітектура й урбаністика; реклама, маркетинг і PR; бібліотеки, архіви та музеї; народні художні промисли [17, ст. 1, 3, 4, 12]. І, хоча у 2019 р. розпорядженням Кабінету Міністрів України перелік видів економічної діяльності, які належать до креативної індустрії, був розширений, однак концептуальний підхід залишився попереднім – популярні види мистецтва та інша діяльність, якою опікується Міністерство культури та інформаційної політики України [16].

Найбільш чітко сформульована сутність цього («вузького») підходу до розуміння сфер креативної зайнятості у статті Азьмук, яка віднесла до важливих ознак креативної діяльності її індивідуальний характер та переважно нематеріальну складову в результаті праці, а до креативних індустрій – види економічної діяльності, де створюється не матеріальний, а інтелектуальний продукт [1, с. 36]. Тобто, узагальнюючи, можна сказати, що при «вузькому» підході ознаками креативної зайнятості є: по-перше, індивідуальний характер праці; по-друге, сфера її прикладання – види економічної діяльності, де створюється нематеріальний продукт. Однак за такого «вузького» підходу відсікається значна когорта креативних працівників, зайнятих в багатьох інших галузях і сферах. Не можна погодитися з точкою зору прихильників «вузького» підходу, відповідно до якої одним із критеріїв креативної зайнятості визначається індивідуальний характер праці при розробці продукту. Такий підхід продемонстрований, зокрема, у зазначеному вище Законі України «Про культуру», в якому чітко зазначається, що продукт креативної індустрії створюється у результаті індивідуальної творчості [17].

Однак за такого розуміння критеріїв та ознак креативної зайнятості виникає багато суперечливостей. Скажімо, як оцінити працю осіб, зайнятих в кіноіндустрії, яка безперечно, відноситься до креативної, адже фільми створюються не однією людиною, наприклад режисером, а також акторами, костюмерами, каскадерами, композиторами, операторами, спеціалістами

з комп'ютерної графіки тощо. Також велика кількість творчих особистостей бере участь у створенні театральних спектаклів, проведенні концертів, масових театралізованих вистав і постановок, розважальних шоу, які за зазначеним визначенням відносяться до креативної зайнятості. Вибуховий прогрес у комп'ютерному програмуванні та розробці інформаційно-комунікаційних систем і технологій також пов'язаний з колективною творчістю інженерів, математиків, інших науковців, програмістів, художників, дизайнерів, економістів тощо. Для підтвердження можна звернутися до досвіду компаній Google LLC, Apple чи Meta Platforms Inc., що є одними з найбільш інноваційних компаній сьогодення, або ж до таких технологічних гігантів, як Samsung, Foxconn, Alphabet Inc., Microsoft, Huawei, Dell Technologies, IBM та інших. Всі ці компанії мають величезні штати працівників, що проектують і виробляють передові (креативні) вироби та комплектуючі до них, включаючи мікропроцесори, розробляють програмне забезпечення та новітні технології широкого спектру застосування. У цьому контексті слушною є думка Самійленко про те, що креативний процес має декілька рівнів: рівень особистості (окремої людини); рівень підприємства (мікрорівень); рівень об'єднань підприємств (корпорації, кластери тощо); рівень міста, регіону (мезорівень) [13]. З нашої точки зору, до цієї класифікації доцільно додати ще груповий (міні) рівень – неформалізовані об'єднання одноподумців, працюючих на засадах самодіяльності та дружніх зв'язків, які з часом можуть набути інституційні форми.

Щодо обмеження креативної зайнятості лише візуальним та сценічним мистецтвом, видавничою діяльністю, дизайном, інформаційними технологіями, архітектурою, рекламою, бібліотеками, архівами та музеями, художніми промислами, то тут також виникає протиріччя з реальністю. Історія знає багатьох видатних особистостей, результати творчості яких (прояву креативності) спричинили революційні стрибки у різних сферах науки, техніки, технологій, управління, медицини тощо. Серед них інженери, лікарі, економісти, управлінці, зокрема Глушков, Патон, Тесла, Корольов, Амосов, Шалімов, Мейо, Тейлор, Форд та багато інших.

При «широкому» підході, який ми підтримуємо, вважається, що креативна зайнятість виходить за межі мистецтва, розважально-культурної, освітньої та наукової діяльності і стрімко просочується в усі галузі економіки та соціально-гуманітарної сфери. Оскільки її ключовими інструментами є нові технології, інновації та інтелект, то межі її впливу з кожним роком розширюються. Виходячи з цього концептуального підходу, можна вважати, що креативна економіка включає усі види економічної діяльності, що продукують творчі ідеї, створюють нові продукти, послуги і технології, використовують інновації. Принципове значення для розуміння креативної зайнятості у широкому сенсі має думка Петрової: креативність передбачає наявність не будь-якої творчості, а творчості у сфері конкретних бізнес-процесів з метою отримання доходу шляхом задоволення визначених потреб споживачів, як реальних, так і потенційних [11, с. 43].

Відповідно до нашої думки, креативна зайнятість охоплює ємний за обсягом зміст і включає галузі та індустрії, що виробляють матеріальні і нематеріальні цінності, а також управлінську та організаційно-економічну діяльність. При цьому головною ознакою креативної діяльності є те, що вона ґрунтується на знаннях, творчості, інтелекті, проявляється у генеруванні нових ідей та інновацій (у тому числі у сфері управління). Цей процес може охоплювати новаторську діяльність організації на будь-якому етапі – від виникнення нової ідеї до її практичної реалізації з обов'язковою наступною комерціалізацією. Отже, в основі креативної зайнятості знаходяться нові ідеї, які генеруються творчими особами, що втілюються у практику бізнесу і приносять дохід.

Підкреслимо, що креативна економіка не є альтернативою традиційних галузей, вона (у «широкому» розумінні) формується в надрах традиційних галузей економіки, але при цьому виступає каталізатором їх трансформації та модернізації. Оскільки створення інноваційного конкурентоспроможного продукту у будь-якої галузі неможливо без участі творчих працівників, які формують певний анклав в традиційних галузях, у подальшому відбувається долучення до цього творчого ядра інших

працівників, що сприяє зростанню людського капіталу, формуванню креативного сегменту ринку праці. У цьому контексті слід погодитися з думкою Сіденко, яка розкриває процес виникнення концепції креативного капіталу як результат природної еволюції форм людського капіталу, в якому акцентуються творчі здібності та креативний спосіб мислення, моральні цінності [14]. На нашу думку у «широкому» розумінні, виникнення і розвиток креативної зайнятості є природним процесом, пов'язаним з удосконаленням, інколи – революційним, основного капіталу, техніки і технологій, що спричиняє еволюцію форм людського капіталу, його трансформацію у креативний капітал. Паралельно розвитку засобів виробництва відбувається процес зростання кількості працівників, зайнятих у різних галузях і сферах, праця яких характеризується творчістю, новаторством, потребує оригінального способу мислення, комбінацію старих і генерування нових ідей.

На нашу думку, всю сукупність креативних працівників можна згрупувати у кілька категорій, зокрема за ознаками частки креативності в їх праці та за правовим статусом. За часткою креативності в змісті праці слід виокремити осіб, які в процесі праці постійно проявляють креативність, генерують нові ідеї. Сюди в основному входять люди, зайняті всіма видами і напрямками мистецтва, архітектурою, рекламою, маркетингом і PR-діяльністю, програмуванням, а також науковці. Ці категорії трудящих за правовим статусом переважно відносяться до самозайнятих осіб. Друга група креативних працівників в основному працює за наймом і поряд з креативною діяльністю виконує звичайні (стандартні) виробничі операції. До них слід віднести інженерів, менеджерів, науковців, освітян, медиків, спеціалістів, що використовують інформаційно-комунікаційні системи, комп'ютерне обладнання тощо. Зазвичай їх правовий статус відповідає категорії найманих працівників.

З цим підходом певним чином корелюється думка Флориди, якій вважає, що креативний сегмент сфери зайнятості не є однорідним, а містить дві складові: суперкреативне ядро та креативних професіоналів. До «суперкреатив-

ного ядра» він відносить науковців, інженерів, професорів університетів, письменників, митців, працівників сфери розваг, акторів, дизайнерів, архітекторів, а також «лідерів думок». У групу «креативних професіоналів» включає людей, які працюють у різноманітних галузях, що характеризуються потужною компонентою знання: високі технології, фінансові послуги, охорона здоров'я і медицина, юриспруденція, управління бізнесом і т.п. Від таких працівників вимагається, щоб вони самостійно розмірковували, застосовували й поєднували стандартні підходи в незвичні способи відповідно до ситуацій, приймали рішення та оцінювали обставини, періодично застосовували радикально нові підходи [3, с. 55-56]. Він вважає ключовою відмінністю креативних працівників від представників «інших класів» те, що таким працівникам платять «за використання розуму в повному обсязі когнітивних та соціальних навичок» [3, с. 31].

Отже, креативна зайнятість може формуватися в будь-якій сфері людської діяльності, будь-якій галузі економіки. При цьому визначальною її ознакою є наявність у змісті праці як окремого працівника, так й колективу, групи, підприємства або територіального утворення інтелектуального, творчого складника, а результатом праці – нові, нестандартні ідеї, інноваційні матеріальні та нематеріальні товари і послуги, духовні цінності, яких потребують ринки і суспільство, або їх окремі ланки та прошарки.

Креативна зайнятість не є штучним явищем або процесом, який відірваний від технічно-

го і соціального прогресу і може розвиватися сам по собі. Поширення змісту і обсягу креативної зайнятості перш за все пов'язано із збільшенням потреби всіх галузей економіки та соціально-гуманітарної сфери в інноваційних розробках, які сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності товарів і послуг, а також підприємств, галузей і територіальних утворень. Креативна зайнятість у «широкому» сенсі набула поширення у другій половині ХХ ст. у зв'язку з науково-технічним прогресом, розширенням потреб в інноваціях таких галузей економіки, як електроніка і радіотехніка, космічна та авіаційна промисловість, атомна енергетика, комп'ютерна техніка та інформаційно-комунікаційні системи і технології. Значним стимулом розвитку креативності стали галузі і сфери постіндустріальної економіки, зокрема сервіс, фінансові, консультаційні, маркетингові, страхові, розважальні послуги. На нашу думку, креативність набуде пануючої ролі у ХХІ ст. паралельно з подальшим розвитком зазначених сфер та нанотехнологій, робототехніки, штучного інтелекту, біотехнологій тощо. Треба підкреслити, що креативна економіка і відповідна їй креативна зайнятість вплинуть на характер виробничих відносин і ціннісні орієнтації працівників. Трансформація праці від одноманітної конвеєрної і рутинної (на індустріальному етапі розвитку економіки) до праці, наповненої творчістю, інноваційністю, унікальністю, що приносить людині радість і задоволення, формує новий зміст виробничих відносин між найманими працівниками і роботодавцями, які поступово трансформуються у партнерські.

---

## ВИСНОВКИ

Прискорене подолання руйнівних наслідків російської воєнної агресії в умовах нестачі сучасного основного капіталу, соціально-економічне відновлення України багато в чому визначається динамікою розвитку всіх елементів цифрової економіки, перш за все інформації та людського капіталу, який набуває креативного характеру. Цінність цих модернових ресурсів для нашої країни полягає у тому, що творчі здібності, інтелектуальний потенціал, таланти і знання – складники креативності робочої сили, не скорочуються у процесі використання і мають багаторазовий характер.

В умовах креативного підетапу розвитку постіндустріальної економіки, яка жорстко не прив'язана до природних ресурсів, транспортних комунікацій і дешевої робочої сили, основним фактором прогресу стає креативність робочої сили, що у глобальному світі перетворюється на ос-



новний імператив сталого розвитку. Досвід свідчить, що креативна економіка має високий потенціал прибутковості, збереження існуючих та генерування нових робочих місць, демонструє інвестиційну привабливість, стійкість до економічних криз.

У зарубіжній та вітчизняній науковій літературі виявилось два підходи до розкриття змісту креативної зайнятості – «вузький» та «широкий», які перш за все розрізняються суб'єктами і характером праці. За «вузьким» підходом до креативних працівників в основному відносять людей мистецтва та творчих професій, осіб, зайнятих в медійній індустрії, фахівців сфери інформаційних систем і технологій. До важливих ознак креативної зайнятості при такому підході включають також її індивідуальний характер. Однак при «вузькому» підході у креативну зайнятість не потрапляє значна кількість працівників, праця яких має частково креативний характер, а також всі види колективної праці.

При «широкому» підході вважається, що креативна зайнятість має місце у всіх галузях, сферах та індустріях, що виробляють матеріальні, культурні і духовні блага, а також в управлінській діяльності. При цьому креативний процес може відбуватися на рівнях: особистості (окремої людини); групи – об'єднання однодумців; підприємства; об'єднань підприємств; територіальної громади; регіону.

За часткою креативності в змісті праці слід виокремити осіб, які в процесі праці постійно проявляють креативність, генерують нові ідеї. Сюди в основному входять люди, зайняті всіма видами і напрямками мистецтва, архітектурою, рекламою, маркетингом, юридичною і PR-діяльністю, програмуванням. Ця категорія трудящих за правовим статусом переважно відноситься до самозайнятих осіб. Однак більшість науковців і науково-педагогічних працівників, які також постійно проявляють креативність, відносяться до найманих працівників. Друга категорія креативних працівників поряд з креативною діяльністю виконує звичайні (стандартні) виробничі операції. До них слід віднести інженерів, менеджерів, медиків, спеціалістів, що використовують інформаційно-комунікаційні системи, комп'ютерне обладнання тощо. Зазвичай їх правовий статус відповідає категорії найманих працівників.

Принциповою ознакою креативної зайнятості всіх категорій економічних суб'єктів є індивідуальна, групова і колективна творчість не заради власного задоволення, а з метою отримання доходу шляхом задоволення поточних і потенційних потреб споживачів.

Виникнення і розвиток креативної зайнятості є природним процесом, пов'язаним з удосконаленням основного капіталу, техніки і технологій, що спричиняє еволюцією форм людського капіталу, його трансформацію у креативний капітал. Паралельно з розвитком засобів виробництва відбувається насичення праці творчим характером, набуває динаміки процес збільшення кількості працівників, зайнятих у всіх галузях і сферах, праця яких характеризується творчістю, новаторством, потребує оригінального способу мислення, вміння застосовувати комбінацію старих і нових ідей. У результаті, також відбувається трансформація соціально-трудова відносин, вони перетворюються від переважно експлуататорських у відносини із значним елементом соціального партнерства.

## AUHORS CONTRIBUTIONS

Conceptualization: Oleg Marshavin.

Formal analysis: Oleg Marshavin.

Methodology: Oleg Marshavin.

Project administration: Oleg Marshavin.

Writing – original draft: Oleg Marshavin.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Azmuk, N. (2019). Creative employment: principles, significance, trends of development in Ukraine. *Rynok pratsi ta zainiatist naseleння - Labor market and population employment*, 12, 30-37. (In Ukrainian). Retrieved from <http://csbc.edu.ua/biblio/documents/19.pdf>
2. Butnyk, O. (2020). Perspectives of public administration of creative economy in Ukraine. *Derzhavne upravlinnya: udoskonalennya ta rozvytok - Public administration: improvement and development*, 4. (In Ukrainian). <https://doi.org/10.32702/2307-2156-2020.4.65>
3. Floryda, R. (2018). *Homo creativus. Yak novyi klas zavoiovuie svit [Homo creativus. How a new class conquers the world]* (432 p.). Kyiv: Nash format. (In Ukrainian)
4. Halasiuk, V. (2022). Kontsept kreatyvnoi ekonomiky: hlobalni trendy, potentsial ta perspektyvy rozvytku kreatyvnoi ekonomiky v Ukraini. *Kreatyvna ekonomika: nova ekonomichna epokha XXI st.* [The concept of the creative economy: global trends, potential and prospects for the development of the creative economy in Ukraine. Creative economy: the new economic era of the XXI century] (67 p.). Kyiv: Tsentr Rozvytku Kreatyvnoi Ekonomiky. (In Ukrainian)
5. Howkins, J. (2013). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* (288 p.). United Kingdom: Penguin.
6. Hrynychuk, Y., & Koval, N. (2020). Creative potential of Ukraine: analysis, development directions. *Ekonomika ta derzhava*, 7, 6-15. (In Ukrainian). <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.7.6>
7. Humenna, O. (2023). Rozvytok kreatyvnoi ekonomiky Ukrainy yak zaporuka dosiahnennia tsilei staloho rozvytku [The development of the creative economy of Ukraine as a key to achieving the goals of sustainable development]. *Spilnota «Ukraina 2030» - Community “Ukraine 2030”*. (In Ukrainian)
8. Kolot, A., & Herasymenko, O. (2019). Social and labor development in the XXI century: to the nature of global changes, new opportunities, limitations and challenges. *Demography and Social Economy*, 1, 97-125. (In Ukrainian). <https://doi.org/10.15407/dse2019.01.097>
9. Landry, C. (2001). *The creative city a toolkit for urban innovators*. London: Earthscan.
10. Nikolaieva, O., Onoprienko, A., Taran, S., Sholomytskyi, Y., & Yavorskyi, P. (2021). *Kreatyvni industrii: vplyv na rozvytok ekonomiky Ukrainy. Tsentr analizu mizhnarodnoi torhivli Trade+ pry Kyivskii shkoli ekonomiky [Creative industries: influence on the development of the economy of Ukraine. International Trade Analysis Center Trade+ at the Kyiv School of Economics]* (111 p.). (In Ukrainian). Retrieved from <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf>
11. Petrova, I. (2022). Creativity development as an imperative for strategic human resource management. *Social and labour relations: theory and practice*, 12(2), 40-48. (In Ukrainian). [http://dx.doi.org/10.21511/slrlp.12\(2\).2022.05](http://dx.doi.org/10.21511/slrlp.12(2).2022.05)
12. Prohnyamak, O. (2019). The latest employment models as a factor in building the creative economy of Ukraine. *Economic Herald of the Donbass*, 3, 146-155. (In Ukrainian). Retrieved from <http://dspace.nbu.gov.ua/handle/123456789/161151>
13. Samiilenko, H. (2020). Creative economy: theoretical fundamentals and features of its functioning in the conditions of formation of the new economy. *Problems and prospects of economics and management*, 2, 32-41. (In Ukrainian). Retrieved from <http://ppeu.stu.cn.ua/article/view/219366>
14. Sidenko, S. (2016). Creative capital as a development factor of the new economy. *Stratehiia rozvytku Ukrainy - Development strategy of Ukraine*, 1, 12-16. (In Ukrainian). Retrieved from <https://jrn.nau.edu.ua/index.php/SR/article/view/14122>
15. Throsby, D. (2008). The concentric circles model of the cultural industries. *Cultural Trends*, 17(3), 147-164. <https://doi.org/10.1080/09548960802361951>
16. Verkhovna Rada of Ukraine (n.d.). *Pro zatverdzhennia vydiv ekonomichnoi diialnosti, yaki nalezhat do kreatyvnykh industrii [On the approval of types of economic activity that belong to creative industries]*. (In Ukrainian). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text>
17. Verkhovna Rada of Ukraine (n.d.). *Zakon Ukrainy “Pro kulturu” [The Law of Ukraine “On Culture”]*. (In Ukrainian). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text>
18. Verner, I. (Ed.) (2021). *Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy za 2020 rik [Statistical Yearbook of Ukraine for 2020]* (455 p.). Kyiv: State Statistics Service of Ukraine (In Ukrainian). Retrieved from [https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2021/zb/11/Yearbook\\_2020.pdf](https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/11/Yearbook_2020.pdf)