

Маршавін О. Ю.

*аспірант кафедри соціоекономіки та управління персоналом,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана
м. Київ, Україна*

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-6754-6437>

Маршавін Ю. М.

*доктор економічних наук, професор,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана
м. Київ, Україна*

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0144-1441>

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-611-2-10>

КРЕАТИВНА ЗАЙНЯТИСТЬ ЯК ПРІОРИТЕТ ЛЮДСЬКОГО РОЗВИТКУ І МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ У ПОВОЄННІЙ УКРАЇНІ

У процесі трансформації аграрної та індустріальної моделей господарювання під впливом глобалізації та цифровізації у ХХІ ст. виразно окреслилися риси нової економіки, яка ґрунтується на знаннях, мережевій взаємодії, цифрових технологіях і креативності, що особливо чітко простежуються у постіндустріальних країнах.

В умовах нової економіки, значним компонентом якої є креативна робоча сила, відбувається динамічний рух до переважання інтелектуально-творчої, креативної діяльності. На думку одного із фундаторів концептуальних засад креативності Дж. Гоукінза, головна відмінність креативної економіки полягає у тому, що вона створює ідеї, а не звичайні речі, і ґрунтується на знаннях, творчості, інтелекті, технологіях та інноваціях [1]. Р. Флоріда стверджує, що у сучасній економіці саме креативність, як уміння генерувати оригінальні ідеї на основі знань, є ключовим рушієм розвитку, формування доданої вартості та культурних тенденцій [2, с. 29, 31–33]. Ч. Лендрі одним із перших використовував термін «креативна економіка», підкреслюючи для її характеристики перехід від традиційних культурних індустрій (театр, музика, видавнича справа), до широкого спектру інноваційних і цифрових видів діяльності [3]. Значний внесок у розвиток

методологічних проблем розвитку креативних економіки, ринку праці та зайнятості привнесли українські учені. Так, у публікаціях А. Колота, акцентується ідея людиноцентризму, відповідно до якої в епіцентрі соціально-економічних, суспільних перетворень перебуває людина як мета суспільного розвитку та його основна цінність [4]. Петрова І.Л. наголошує, що в сучасному концепті креативної діяльності фундаментальною ознакою є комерціалізація ідей, їх перетворення у дохід [5].

Концепт нашого дослідження вимагає розмежування двох взаємопов'язаних, однак змістовно різних понять – «креативний людський капітал» та «креативний людський потенціал». На нашу думку, креативний людський потенціал працівника виявляється у його творчих здібностях, інноваційному мисленні, здатності до саморозвитку, формується у процесі освітньої підготовки, неформального та інформального навчання і професійного та соціального досвіду. Креативний людський капітал ми уявляємо як реалізовану сукупність творчих, інтелектуальних здібностей працівників, які у процесі праці перетворюються на матеріальний або нематеріальний продукт, що призначений для ринку і приносить комерційний дохід. Цей вид капіталу функціонує на рівнях особистості, корпорацій, галузей та національної економіки.

На етапі повоєнної соціально-економічної модернізації України розвиток креативності в економіці, сфері зайнятості, компетентностях робочій силі набуває величезного значення. Внаслідок російської військової агресії зруйновано багато промислових підприємств, значні втрати відбулися в аграрному секторі, знищено і пошкоджено житло мільйонів українців, багато об'єктів соціальної і комунальної інфраструктури. У цьому зв'язку серед науковців і можновладців набула поширення точка зору щодо необхідності повоєнного відновлення економіки. Однак, на нашу думку, такий підхід має серйозні методологічні недоліки. Відновлення попереднього індустріального потенціалу, який потребує величезних інвестицій, спирається на застарілий техніко-технологічний базис, оскільки в основному формувався у періоди бурхливої індустріалізації (1930-х рр. та в роки повоєнних п'ятирічок), є нераціональним. Природно, не можна відмовлятися від створення доцільної кількості підприємств металургійного і машинобудівного комплексів, але на нових інноваційних засадах.

В цих умовах креативна зайнятість, креативна індустрія, які жорстко не прив'язані до природних ресурсів, транспортних комунікацій і дешевої робочої сили, мають стати основним фактором прогресу. Навіть у ході повномасштабної російсько-української війни креативні види діяльності виявили відносну стійкість. За нашими розрахунками, приріст валової доданої вартості (у порівнянних цінах (2013 р.) підприємств креативного сектору у порівнянні з аналогічним показником загальної сукупності суб'єктів господарювання, по-перше, має вищу динаміку, по-друге, демонструє більшу гнучкість у реагуванні на кризові шоки та позитивні імпульси. Сукупне падіння приросту доданої вартості підприємств креативного сектору у шокові 2014–2015 рр. (роки проведення антитерористичної операції на сході України та пов'язаних із нею наслідків, зокрема масової внутрішньої міграції) виявилось істотно глибшим, ніж для підприємств і організацій загалом. Однак, вже у 2016 р. креативний сектор продемонстрував потужну відновлювальну тенденцію: темпи приросту його доданої вартості істотно перевищили відповідні показники для суб'єктів господарювання в цілому (50,1% проти 15,0% відповідно), а у подальшому – в 2017–2021 зберігалася тенденція випереджального зростання. Схожа динаміка була характерна і для періоду повномасштабної російсько-української війни: глибоке падіння у 2022 р. з прискореним відновленням у 2023–2024 рр.

Оскільки креативний сектор економіки менш чутливий до економічних шоків, політичних та інших мінливостей, меншою мірою залежить від фізичної інфраструктури й характеризується значно більшою організаційною гнучкістю порівняно з традиційними виробництвами, він є більш привабливим 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.

У надзвичайно важкий і складний для народу України повоєнний період відродження, ефективне використання креативного людського потенціалу можливе за умови впровадження технологій Індустрії 5.0, яка, доповнюючи зміст Індустрії 4.0, акцентує людиноцентричність, ґрунтується на синергії людини й «розумних» технологій у виробництві та управлінні та стає однією з небагатьох реальних можливостей для прискореної повоєнної модернізації національної економіки на інноваційних засадах. Як слушно зауважують О.Ф. Новікова та Н.А. Азьмук, основний акцент в Індустрії 5.0 має бути зміщений на створення симбіозу «людина-машина» через гармонізацію їх взаємодії,

коли людина несе відповідальність за наслідки рішень, а машина є помічником і виконавцем окремих трудових функцій та полегшує працю людині [6].

Водночас поряд із великими і середніми підприємствами Індустрії 5.0 креативний сектор економіки має включати й мале та дрібне підприємництво. Практика України та інших країн засвідчує, що найпривабливішими формами організації креативної праці є мале підприємництво і дрібний бізнес. Основною мотивацією вибору особою таких форм бізнесу, включаючи самозайнятість, є їх переваги, насамперед у сенсі свободи – економічної (самостійне визначення обсягів і змісту роботи), просторової (можливість працювати незалежно від місця перебування) та часової (гнучкий графік). Наявність цих та інших переваг, як реальних стимулів до зайнятості, чітко простежується в Україні. За даними Opendatabot, у 2023 р., незважаючи на повномасштабну російську агресію, було зареєстровано понад 300 тис. нових ФОПів, що на 7% перевищило показник 2021 р., тоді як загальна кількість нових компаній зменшилася майже на третину [7]. Поєднання професійної діяльності з іншими життєвими сферами, можливість співпраці з різними компаніями, набуття нових компетентностей, роблять самозайнятість важливим каналом професійного розвитку, сприяють створенню власних бізнес-проектів та стартапів. Тобто, державна підтримка самозайнятості і фрилансу в Україні у повоєнний період має стати важливим засобом соціально-економічної модернізації України, розширення особистісних і професійних якостей ініціативних і креативних людей, сприяючи прискоренню зміни сировинної економіки з її експортною орієнтацією на нову інноваційну економіку.

Література:

1. Howkins J. *The creative economy: How people make money from ideas*. London: Penguin Global. 2013. 292 p.
2. Флоріда Р. *Homo creativus*. Як новий клас завойовує світ. Київ : Наш формат, 2018. 432 с.
3. Landry C. *The creative city: A toolkit for urban innovators* (Repr. ed.). London: Earthscan. 2001.
4. Колот А.М., Герасименко О.О. Соціально-трудова розв'язка у ХХІ столітті: до природи глобальних змін, нових можливостей, обмежень і викликів. *Демографія та соціальна економіка*. 2019. № 1. С. 99–125.
5. Петрова І. Л. Розв'язка креативності як імператив стратегічного управління людськими ресурсами. *Social and labour relations: theory and practice*. 2022. Т. 12. № 2. С. 40–48. DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/slrrp.12\(2\).2022.05](http://dx.doi.org/10.21511/slrrp.12(2).2022.05)

6. Новікова О., Азьмук Н. Цифровізація – чинник посилення резильєнтності соціально-трудової сфери та повоєнного відновлення України. *Економіка та суспільство*. 2023. № 53. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-27>

7. Відновлення ринку праці в Україні в умовах війни: регіональні аспекти. НІСД. 2024. ULR: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/sotsialna-polityka/vidnovlennya-rynku-pratsi-v-ukrayini-v-umovakh-viyny-rehionalni> (дата звернення: 14.02.2026).