

Азьмук Надія Анатоліївна,

кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу Черкаського державного бізнес-коледжу

КРЕАТИВНА ЗАЙНЯТІСТЬ: СУТНІСТЬ, ЗНАЧЕННЯ, НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ В УКРАЇНІ

Креативна зайнятість є ключовим фактором економічного розвитку країни та формування добробуту населення, джерелом інновацій і перетворень. Креативний потенціал особи реалізується через працю, в результаті якої створюються новий продукт або послуги, що мають значну нематеріальну складову. У статті запропоновано компаративний аналіз креативної та рутинної праці, визначено особливості креативної праці.

Розглянуто сутність креативної зайнятості та проаналізовано її стан в Україні. На основі запропонованої гіпотези визначено кількість креативних зайнятих у нашій країні. Оцінка креативних зайнятих здійснюється за професійною ознакою.

Головним чинником впливу на формування, розвиток та ефективне використання креативного людського капіталу є створення сприятливих умов для розвитку й утримання талантів в Україні. У статті запропоновано та обґрунтовано напрями розвитку креативного потенціалу України.

Ключові слова: креативний клас; креативна зайнятість; талант; креативні індустрії

Постановка проблеми. Креативність людського капіталу є одним із ключових чинників забезпечення конкурентоспроможності країни. Креативна зайнятість – важливий фактор, що обумовлює економічний розвиток суспільства, сприяє розвитку інновацій. Вона виступає похідною від креативного потенціалу працівника, а її розвиток значною мірою залежить від сприятливості середовища для розвитку талантів у країні. Забезпечення умов формування, залучення, розвитку та відтворення креативного класу є пріоритетними напрями розвитку в умовах глобалізації.

Щодо рівня сприятливості середовища носії талантів і креативності розподіляються у світі нерівномірно. Інновації та креативні індустрії сконцентровані в розвинених країнах, регіонах, містах, що є центрами тяжіння для креативних і талановитих осіб. Саме в них формуються осередки креативних спільнот, які продукують інновації.

Ситуація в нашій країні щодо креативного людського капіталу характеризується двома взаємовиключними тенденціями. З одного боку, наша країна має певні труднощі із забезпеченням сприятливих умов розвитку й утримання талантів, що зумовлює вплив людського креативного капіталу за її межі. З другого боку, вона має значний креативний людський потенціал, носії якого здатні продукувати інновації та виступати дже-

релом прогресивного перетворення економіки й суспільства.

Аналіз досліджень та публікацій. Питання креативних індустрій, креативного класу, креативної зайнятості стали предметом наукових досліджень зарубіжних та вітчизняних учених. Серед них слід відзначити доробки Р. Флориди, Д. Белла, Д. Саймантона, О.В. Гумінної, Г.О. Харламової, Н.А. Горелової, О.Н. Литуна, О.Н. Мельникова, З.І. Калугіної, Л.М. Лавриненко та ін. [1-6].

Поняття «креативний клас» пов'язують із публікацією Річарда Флориди «Богемія та економічна географія». За його трактуванням – це соціально-економічний клас, який є рушійною силою розвитку постіндустріальних районів і міст. Р. Флорида робить висновок, що наявність богемного осередку в місті виступає центром тяжіння креативного людського капіталу, оскільки богемний осередок сигналізує про наявність середовища, сприятливого для розвитку талантів [1].

Девід Белл виділяє чотири закономірності формування й відтворення креативного потенціалу. Перша закономірність полягає у збільшенні частки креативних працівників у сукупному економічному потенціалі. Друга полягає в тому, що креативний потенціал стає провідним фактором розвитку суспільства. Якість «робочої сили» включає такі компоненти: знання, навички та

інтелектуальні й креативні здібності. Третя закономірність доводить, що всі прояви креативного потенціалу взаємопов'язані між собою. Четверта характеризується постійним розвитком креативного потенціалу працівників та навчанням упродовж усього життя [2].

Важливість формування креативних навичок учнів і студентів підтверджується дослідженнями компанії Adobe серед 1000 респондентів (громадяни США, старші 25 років, які мають повну зайнятість та завершили навчання у коледжі). Фактично 96% опитаних погоджуються з тим, що креативні здібності є цінністю для суспільства, 89% вважають креативне мислення важливим для досягнення успіху, 89% називають креативність умовою для економічного зростання. Більшість респондентів (68%) переконані, що креативність – це поєднання природних здібностей і результатів навчання, а 71% зазначають, що поряд з математикою чи фізикою має викладатися такий предмет як креативне мислення [7].

Р. Флорида, за результатами дослідження ринку праці США, відзначає збільшення нерівності в оплаті праці між працівниками креативних галузей та інших. З одного боку, близько третини – це високооплачувані робочі місця у галузях високих технологій, інформаційних технологій, навіть мистецькі та творчі робочі місця. З другого боку, робочі місця, що вимагають середньої кваліфікації, поступово зникають. Натомість відбувається зростання кількості робочих місць, що потребують низької кваліфікації. За його оцінкою, 66% зайнятих на ринку праці – безнадійно відстали від сучасних вимог [8].

Результатом креативної праці є інноваційний та/або креативний продукт. Дін Саймонтон результатом креативності вважає те, що поєднує в собі «новизну, корисність, несподіваність» [9]. Ефективність креативної праці значно перевищує ефективність рутинної праці, а отже має і значно вищу ціну.

Водночас у теорії та практиці наукових досліджень недостатньо висвітленими залишаються багато важливих питань креативної зайнятості й креативної праці.

Метою статті є дослідження сутності креативної праці та креативної зайнятості, визначення стану креативної зайнятості в Україні, виявлення перешкод та обґрунтування напрямів її розвитку.

Виклад основного матеріалу. Креативна зайнятість виявляється через реалізацію креативного потенціалу особи в процесі креативної діяльності та забезпечує створення нового продукту або послуги. Креативність працівників

реалізується через креативну працю. На думку Ю.Д. Іщенко, креативна діяльність «спрямована на комерціалізацію людського таланту і творчості, результати якої набувають форми товарів і послуг» [10]. Водночас доцільно доповнити наведене визначення в частині отриманих результатів: чи результатом креативної діяльності є нові та/або інноваційні товари чи послуги. Створення нового або покращення характеристик наявного продукту є ключовою характерною рисою креативної праці. Характерні відмінності рутинної та креативної праці з позиції елементів процесу праці наведено у табл. 1.

Відмінність між процесом рутинної та креативної праці полягає в отриманому результаті та організації праці й технології. В основу останніх двох складових покладено реалізацію особистих здібностей людини, що спрямовані на вирішення поставлених завдань. Технологія виконання креативної праці передбачає використання креативних способів і стилів мислення.

Алан Дж. Роу виділяє такі стилі: новаторський, інтуїтивний, образний та надихаючий. Інтуїтивний передбачає використання попереднього досвіду у розв'язанні проблем. Новаторський зосереджений на виконанні роботи, систематичний та ефективний. Образний передбачає використання в процесі діяльності сприятливих мисленневих образів. Надихаючий сконцентрований на максимальній віддачі індивіда процесу трудової діяльності, оскільки сама праця надихає на вирішення завдань і в процесі такої праці виникають осяяння [11].

Креативна праця є процесом створення нового продукту або покращення наявного за допомогою реалізації особистого людського креативного потенціалу з метою задоволення особистих та суспільних потреб. Важливим чинником для розвитку людського креативного потенціалу виступає сприятливе середовище для його реалізації.

Критерієм здатності країни, міста забезпечити сприятливе середовище для розвитку та утримання талантів може слугувати Індекс конкурентоспроможності талантів (GTCI, 2019). За цим індексом у 2019 р. проводилася оцінка 125 країн та 114 міст [12].

Оцінка міст проводилася за такими критеріями як: можливості, залучення, зростання, збереження, професійні та глобальні навички. До рейтингу оцінки сприятливості міського середовища жодне місто України не потрапило. Найбільш сприятливе середовище для розвитку та утримання талантів створено у Вашингтоні, Копенгагені, Осло, Відні й Цюріху [12].

Порівняльна характеристика рутинної та креативної праці*

Елементи процесу праці	Рутинна праця	Креативна
Предмети праці	Речовина природи, сировина, матеріали, інформація	
Засоби праці	Устаткування, інструменти, обладнання та будь-які засоби, які людина використовує у процесі праці	
Організація	Логічний порядок та умови виконання завдань, уніфікований спосіб взаємодії людини із засобами праці	Порядок зручний та особисто сформований особою для виконання певних завдань. В основу його покладено такі людські якості: креативність, самоорганізація, дисципліна, самообмеження, внутрішня вмотивованість
Технологія	Традиційний та жорстко регламентований спосіб здійснення впливу на предмети праці	Гнучка, адаптивна і така, що базується на способах та стилях креативного мислення
Праця	Діяльність спрямована на вирішення переважно рутинних завдань	Діяльність спрямована на вирішення нестандартних, складних завдань креативними способами
Результат	Продукт або послуга, що може відтворюватися без жодних змін багато разів	Новий та/або інноваційний продукт чи послуга або покращення характеристик продукту, що існує

* Джерело: складено автором.

Індекс країн містить оцінку: умов їх ринку праці та можливостей; утримання талантів; збереження та зростання навичок персоналу (професійних і глобальних). Згідно з індексом конкурентоспроможності талантів (GTCSI, 2019) найкращі позиції у рейтингу мають розвинені країни: Швейцарія (81,82%), Сінгапур (77,27%), США (76,64%), Норвегія (74,67%), Данія (73,85%); Фінляндія (73,78%), Швеція (73,53%), Нідерланди (73,02%), Великобританія (71,04%) [12]. Це свідчить про тісний взаємозв'язок між рівнем ВВП на душу населення та рівнем сприятливості середовища для розвитку талантів. Україна посідає 63 позицію у рейтингу зі значенням показника 39,41%. При цьому серед субіндексів найгірше значення у неї за показником «залучення», натомість за показниками «глобальні навички» та «професійні навич-

ки» вона належить до країн другого квартелю. За останні 5 років Україна просунулася в рейтингу конкурентоспроможності талантів на 8 позицій – з 71 місця у 2014 р. до 63 у 2019 р. [12].

Рейтинг країн-лідерів та України за індексом конкурентоспроможності талантів у площині його складових наведено у табл. 2.

Таблиця 2

Рейтинг країн-лідерів та України за індексом конкурентоспроможності талантів, 2019 [12]

Країни/рейтинг	В т.ч. за складовими						
	Можливість	Залучення	Зростання	Збереження	Проф. навички	Глобальні навички	
Швейцарія	1	2	5	2	1	1	4
Сінгапур	2	1	1	11	26	7	1
США	3	4	14	1	13	2	3
Норвегія	4	7	13	5	2	5	13
Данія	5	3	17	6	4	10	7
Фінляндія	6	14	15	4	5	4	15
Швеція	7	10	10	7	6	11	10
Нідерланди	8	13	16	3	7	6	16
Велика Британія	9	9	9	9	11	27	5
Люксембург	10	17	2	19	8	26	9
.....							
Україна	63	96	105	68	66	45	37

Найгірші значення Україна має за показниками політична стабільність (120), зовнішнє середовище (118), професійний менеджмент (117), взаємовідносини між державою та бізнесом (108), розвиток кластерів (101), корупція (99), ефективність уряду (97), якість регулювання (93), бізнес-середовище (83) [12].

Наведені оцінки контрастують з високими показниками за професійними та глобальними навичками, що притаманні зайнятому населенню нашої країни. Зокрема, за глобальними навичками найвищі рейтингові значення мають такі показники: навички високого рівня (24); робоча сила з вищою освітою (2); професіонали (28); дослідники (48); вищі посадові особи і керівники (22); наявність науковців та інженерів (24); результати інновацій (34) [12].

Головними бар'єрами щодо формування, розвитку й утримання талантів у нашій країні є несприятливе регуляторне та бізнес-середовище, відсутність ефективної взаємодії між бізнесом та державою, недобросовісна конкуренція, низька ефективність регуляторної діяльності. Водночас в Україні сформовано потужний науковий та кадровий потенціал, для ефективного розвитку й реалізації якого потрібно забезпечити сприятливе середовище.

У червні 2018 р. були внесені зміни до Закону України «Про культуру» щодо визначення поняття «креативні індустрії». Відповідно до цього закону «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» [13]. У квітні 2019 р. Уряд затвердив Перелік видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій [14]. Згідно із затвердженим переліком до креативних індустрій належать: мистецтво; дизайн; література і видавнича діяльність; інформаційні технології; архітектура й урбаністика; реклама, маркетинг і PR; бібліотеки, архіви та музеї; народні художні промисли тощо.

На нашу думку, названий перелік є вузьким. Про це свідчать наступні міркування. Креативна діяльність може реалізовуватися носієм людського капіталу в будь-якій галузі за умови, що її результат буде новим та/або інноваційним. У науковій думці сформовано розуміння креативних індустрій як таких, що відповідають двом критеріям: індивідуальний підхід при розробці продукту та переважання нематеріальної складової в його цінності [15]. Слід підкреслити, що всі види діяльності сфери науково-дослідних розробок

відповідають названим критеріям. Натомість до згаданого вище переліку включено тільки «дослідження й експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук». Перелік доцільно доповнити такими видами економічної діяльності: 72.11 – дослідження й експериментальні розробки у сфері біотехнологій; 72.19 – дослідження й експериментальні розробки у сфері інших природничих і технічних наук.

Згаданий підхід зберігається і щодо сфери освіти, зокрема до переліку включено тільки освіту у сфері культури. Проте результатом діяльності у сфері освіти є покращення характеристик особистості через розумово-пізнавальну та творчу діяльність. Щодо освітньої сфери перелік доцільно доповнити.

Крім того, до переліку доцільно включити наступні види економічної діяльності: 85.10 – дошкільна освіта; 85.20 – початкова освіта; 85.31 – загальна середня освіта; 85.32 – професійно-технічна освіта; 85.41 – професійно-технічна освіта на рівні професійно-технічного навчального закладу; 85.42 – вища освіта; 85.51 – освіта у сфері спорту та відпочинку. Важливими ознаками пропонованих видів діяльності щодо включення їх до переліку є нематеріальна природа останніх, характер перетворення, інноваційність або створення нового, сприяння економічному та соціальному розвитку країни.

Розглянемо більш докладно стан і структуру вітчизняного креативного класу. В Україні відсутній облік осіб, що належать до креативного класу, проте ми спробуємо виявити тих, хто з найбільшою вірогідністю здійснює креативну діяльність за професійною ознакою та соціальним статусом. Важливою ознакою належності до креативного класу є відповідна освіта, оскільки отримані навички та знання дозволяють індивіду самореалізовуватися. Звісно, наявність певної освіти не є безперечною умовою належності до креативного класу.

Креативна зайнятість – це професійна діяльність носіїв креативного людського капіталу, в процесі якої створюється креативний продукт або послуга з нематеріальною складовою, що домінує, а сама діяльність пов'язана із задоволенням особистих та суспільних потреб через матеріальну та нематеріальну винагороду (самореалізацію, визнання, успіх тощо).

Для визначення стану креативної зайнятості в Україні скористаємося класифікацією Лу Мусанте. Лу Мусанте запропонував використовувати акронім TAPE, в основу якого покладено класифікацію креативного класу за сферами діяльності:

T (technology) – технології;

A (arts) – мистецтво;

P (professionals) – професіонали (консалтинг, менеджмент, право, фінанси тощо);

E (eds and meds wokers) – освіта і медицина [16].

Згідно з наведеною класифікацією до креативного класу належать особи, зайняті у різних видах економічної діяльності. Головною відмінністю між креативними та іншими працівниками є види робіт, які вони виконують, та отриманий результат. Працівники, що не відносяться до креативного класу, виконують рутинні види робіт, які підлягають жорсткій регламентації, а результатом їхньої діяльності є продукт або послуга, що може відтворюватися без змін багаторазово. На відміну від них, представники креативного класу продукують інновації, створюють нові знання, продукти та послуги.

Нижче наведена вибірка економічно активного населення за видами професій, що передбачають креативну працю (табл. 3).

діяльністю, проте він дозволяє визначити частку тих, хто має її здійснювати згідно з професійними та посадовими обов'язками.

Розподіл зайнятого населення, що може належати до креативного класу, за віком є нерівномірним. Дані за віковими групами наведено у табл. 4.

Серед професіоналів найбільша частка припадає на вік 40-49 років. Фактично рівномірно розподіляється між категоріями: 25-29 р., 30-34 р., 35-39 р., 50-59 р. Щодо управлінців спостерігається поступова тенденція до зростання кількості зайнятих за віком, що пояснюється специфікою управлінської діяльності. Такий віковий розподіл можна пояснити часом, необхідним для накопичення досвіду. Проте дана тенденція загрозна з точки зору нарощування креативного потенціалу в країні у сфері управління.

В містах проживає 68,8% зайнятого населення, але частка осіб, які за посадовими обов'язками належать до креативного класу, значно більша та складає 85% [17]. Акцентуємо увагу, що такий розподіл на креативну й іншу діяльність є доволі

Таблиця 3

Економічна активність за професією згідно з дипломом, Україна, 2017

Показники	Зайняті			Безробітні	
	Усього К-ть, тис. осіб	К-ть, тис. осіб	%	К-ть, тис. осіб	%
Усього	17854,4	16156,4	90,5	1698,0	9,5
З них:					
Менеджери підприємств	125,8	115,2	91,6	10,6	8,4
Професіонали в галузі технічних, математичних та технічних наук	1816,6	1680,8	92,5	135,8	7,5
Фахівці в галузі наук про життя та медичних наук	571,2	542,4	95,0	28,8	5,0
Викладачі	1059,2	1007,9	95,2	51,3	4,8
Інші професіонали	2352,3	2115,5	89,9	236,8	10,1

* Джерело: складено автором [17].

Таблиця 4

Зайняте населення України за професійними і віковими групами, тис. осіб, 2017 рік

	За віковими групами						
	15-24	25-29	30-34	35-39	40-49	50-59	60-70
Усього:	1122,9	2048,2	2451,5	2244,6	4172,6	3456,1	660,5
у т.ч. за проф. групами							
законодавці, вищі державні службовці, керівники, менеджери	36,9	156,9	207,7	201,9	332,8	245,1	53,6
професіонали	144,2	427,1	533,0	450,7	725,1	492	118,1

* Джерело: складено автором [17].

Кількість зайнятих на креативних посадах становить 5925,1 тис. осіб, або 33,1%. Звісно, такий підхід звужує оцінку зайнятих креативною

умовним, хоча дає уявлення про відсоток осіб, що з високою ймовірністю належать до креативного класу.

Українські міста характеризуються неоднорідністю щодо сприятливості умов для розвитку креативного потенціалу. Цю тенденцію ще 10 років тому виділяла професор О.А. Грішнова [18, с. 149]. Для оцінки міського середовища використаємо результати апробаційного Індексу культурного та креативного потенціалу міст України. Цей індекс складається з трьох субіндексів: «Культурне життя», «Креативна економіка» та «Сприятливі умови». Оцінка проводилася організацією CEDOS упродовж жовтня 2017 – березня 2018 р. на замовлення по п'яти найбільших містах України: Київ, Харків, Львів, Одеса, Дніпро [19]. Результати індексу наведено у табл. 5.

Таблиця 5

Індекс культурного та креативного потенціалу міст України

	Дніпро	Київ	Львів	Одеса	Харків
Культурне життя	9,03	17,76	22,05	12,00	5,74
Креативна економіка	5,94	19,65	15,99	9,82	10,68
Сприятливі умови	10,78	28,58	24,82	11,38	10,11

* Джерело: [17]

Найсприятливіші умови створено у містах, де сконцентровано університети і наукові школи, театри, музеї та інші заклади культури. В містах, де активно розбудовується інноваційна інфраструктура: технопарки, коворкінги, технолаби, хаби, кластери тощо. Важливим фактором активізації творчого і професійного потенціалу міста є проведення бізнес-, інвестиційних форумів, майстер-класів, різноманітних професійних заходів.

Центром тяжіння є міста з активним професійним і культурним життям та розвиненою інфраструктурою. На думку Ю.Д. Іщенка, основними складовими іміджу міста як центра тяжіння креативної діяльності є добробут, освіта, динамізм, комфорт і безпека, різноманітність, толерантність, особливість, відкритість [13]

Розвиток інфраструктури є важливим чинником залучення та утримання талантів. Інфраструктура дозволяє у комфортних умовах генерувати ідеї, нові знання, взаємодіяти з іншими учасниками, підвищувати свій професійний рівень. Найбільш розвиненою інфраструктура є у містах, де створені потужні університетські центри, центри розвитку ІТ-індустрії, культурні центри.

За субіндексом «талант» даного Індексу спостерігається значна нерівномірність між містами. В основі оцінки – результати ЗНО. Звісно, такий підхід звужує оцінку талантів міст. Водночас він показує тенденцію, характерну для всієї України, а саме нерівномірність доступу до якісної шкільної освіти. Найкращі результати продемонстрували учні міст Києва та Львова.

Основним вектором розвитку креативного потенціалу в Україні є поліпшення шкільної освіти. Названу проблему потрібно розглядати у двох аспектах: підвищення якості шкільної освіти в цілому в Україні та згладжування нерівності якості освітніх послуг між великими містами та маленькими містечками й селами. Адже саме у школі починається формування креативного потенціалу, а переважна більшість дітей та учнівської молоді не мають доступу до якісних освітніх послуг.

Разом із посиленням шкільної освіти потребує уваги вища, професійно-технічна освіта та освіта для дорослих. Мінливе високо конкурентне середовище формує необхідність навчання впродовж усього життя. На жаль, в Україні ще не стало загальною тенденцією постійно інвестувати у свій професійний розвиток, здобуття нових знань, опанування нових навичок. Водночас, креативний клас тут є винятком. Найбільш затребуваними формами розвитку людського капіталу є обмін досвідом, форуми, професійні зустрічі тощо. Це зумовлює поширення культури навчання протягом усього життя – з одного боку, та формування креативних просторів у містах – з іншого.

Прикладом формування креативного середовища є спільнота «Креативна країна» – соціально-культурний проект, спрямований на вивчення, розвиток та популяризацію креативного мислення в Україні. Місія проекту: шляхом консолідації представників креативного класу сприяти розвитку України як інноваційної креативної країни, в якій усе має бути організовано для розкриття та розвитку творчого потенціалу людини» [20]. Проект є соціальним, в його межах проводяться інформаційно-освітні заходи, формується творча спільнота, відбувається інформування суспільства, він реалізується у співпраці з бізнесом і владою.

Характерною ознакою української економіки є чималий тіньовий сектор, тож креативна зайнятість, як і будь-яка інша, розподілилася між формальним та неформальним секторами. Розподіл зайнятих професіоналів за типами економіки наведено у табл. 6.

Зайняте населення за професійними групами і секторами економіки, Україна, 2017 рік

	Формальний сектор			Неформальний сектор
	усього	формальна зайнятість	неформальна зайнятість	
Усього:	14047,5	12460,8	1586,7	2108,9
у т.ч. за проф. групами				
законодавці, вищі державні службовці, керівники, менеджери	1231,7	1174,3	57,4	3,2
професіонали	2862,8	2797,1	65,7	27,4

* Джерело: [17].

Категорія працівників, до яких належать професіонали і службовці вищого рівня, має незначний рівень неформальної зайнятості – 3,75%, на відміну від середньої, – 26,3%. Це пояснюється попитом на фахівців високого рівня.

Основними векторами залучення, розвитку та утримання представників креативного класу в Україні є:

- забезпечення якісної і доступної освіти (починаючи зі шкільної та закінчуючи освітою дорослих упродовж усього життя);

- поширення культури інвестування в особистий людський капітал серед економічно активного населення;

- забезпечення рівномірного розподілу і постійного підвищення якості освітніх послуг;

- сприяння розвитку інноваційної інфраструктури населених пунктів незалежно від їх розмірів; налагодження транспортної логістики та комунікації;

- сприяння формуванню креативного простору та розвитку осередків креативних спільнот;

- збільшення кількості професійних подій у містах через проведення форумів та інших заходів, що сприяють формуванню креативного клімату в місті.

Висновки. Креативна праця характеризується використанням особою своїх особистих креативних здібностей для створення нового продукту або послуги. Важливими ознаками креативної діяльності є індивідуальний характер та переважно нематеріальна складова результату праці.

До креативних індустрій належать такі види економічної діяльності, де створюється нематеріальний, інтелектуальний продукт через реалізацію творчого потенціалу особистості. Перелік креативних індустрій, затверджений відповідним розпорядженням Кабінету Міністрів України, потребує доповнення. Зокрема, його доцільно доповнити науково-дослідними розробками в усіх сферах та освітньою діяльністю всіх рівнів.

За результатами оцінювання, на креативний клас в Україні припадає близько третини зайнятого населення. Для зайнятості, де за функціональними обов'язками передбачено виконання креативних завдань, характерна низька частка неформальної зайнятості та переважання осіб віком 40-49 років.

Центрами концентрації креативного класу в Україні є великі міста, де внаслідок більш розвинутої інфраструктури створено більш сприятливе середовище. Це зумовлює потребу у формуванні стратегій розвитку інфраструктури для розвитку креативного потенціалу населення.

Список використаних джерел

1. Florida R. *Bohemia and economic geography Journal of economic geography*. 2002. Т. 2. №. 1. С. 55-71.
2. Белл Д. *Грядущее постиндустриальное общество*. М.: Academia, 2004. 788 с.
3. Харламова Г.О., Гуменна О.В. Креативність врятує: уроки для України. *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Економіка*. 2018. №. 1 (196).
4. Горелов Н.А., Литун О.Н., Мельников О.Н. Человеческие ресурсы в креативной экономике. *Креативная экономика*. 2007. №. 1.
5. Калугина З.И. От среднего класса – к креативному. *Всероссийский экономический журнал ЭКО*. 2007. №. 10 (400).
6. Лавриненко Л.М. Творческий труд и креативность в инновационной среде. *Научный вестник Мукачевського державного університету. Сер.: Економіка*. 2016. №. 2. С. 85-90.
7. Creativite and Education: Why is matters? 2012. URL: https://www.adobe.com/aboutadobe/pressroom/pdfs/Adobe_Creativity_and_Education_Why_It_Matters_study.pdf
8. Побудова економіки творчості: інтерв'ю з Річардом Флоридою. Креативна країна-2017. URL: <https://creativecountry.org/pobudova-ekonomiki/>
9. Идеи оптом и в розницу: креативный класс меняет будущее. Креативна країна-2016. URL: <https://creativecountry.org/>

10. Іщенко Ю.Д. Креативна діяльність в Україні: методика дослідження та просторові тенденції. 2018. С. 39-46. URL: <https://doi.org/10.15407/ugz2018.01.039>
11. Роу А. Дж. Креативное мышление. М. Изд-во НТ Пресс, 2007. 176 с.
12. Talent diversity to fuel the future of work GTCI. 2019. URL: <https://gtcistudy.com/the-gtci-index/#gtci-rankings-table>
13. Про внесення змін до Закону України "Про культуру" щодо визначення поняття "креативні індустрії" від 19.06.2018 № 2458-VIII. Верховна Рада України. 2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-19#n6>
14. Перелік видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій. Розпорядження Кабінету Міністрів України № 256-р від 24.04.2019 р. Верховна Рада України. 2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80>
15. Креативные индустрии от теоретических моделей к реальным проектам. Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики. 2008. URL: <https://www.hse.ru/news/science/3279040.html>
16. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые создают будущее. – "Манн, Иванов и Фербер". 2016.
17. Економічна активність населення України у 2017 р. Державний комітет статистики. 2018. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/07/zb_EAN_2017.pdf
18. Грішнова О.А. Интеллектуализация праці – визначальна ознака постіндустріального суспільства. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності* : зб. наук. праць Приазов. держ. техн. ун-ту. Маріуполь, 2009. С. 147-150.
19. Индекс культурного та креативного потенціалу міст України. CEDOS. К.: Аналітичний центр, 2018. URL: <https://drive.google.com/file/d/17JKmJBCiOwCpQL7FF9GFauagTmKSFbk/view>
20. Креативна країна. URL: <https://creativecountry.org/projekt/>
6. Lavrinenko L.M. (2016). Tvorcheskii trud i kreativnost v innovatcinnoi srede [Creative work and creativity in an innovative environment]. *Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Economics.* 2, 85-90.
7. Creativite and Education: Why is matters? (2012). *Adobe*. Available at https://www.adobe.com/aboutadobe/pressroom/pdfs/Adobe_Creativity_and_Education_Why_It_Matters_study.pdf
8. Creating a Creative Economy: Interview with Richard Florida (2017). *Creative country*. Available on <https://creativecountry.org/pobudova-ekonomiki/>
9. Ideas wholesale and retail: the creative class is changing the future (2016). *Creative Country*. Available at <https://creativecountry.org/>
10. Ishchenko Yu. D. (2018). Kreatyvna diial'nist' v Ukraini: metodyka doslidzhennia ta prostorovi tendentsii [Creative activity in Ukraine: research methodology and spatial trends]. *Ukrainian Geographical Journal.* 1, 39-46. <https://doi.org/10.15407/ugz2018.01.039>
11. Row A.J. (2007) *Creative thinking*. M. Publisher NT Press, 176
12. GTCI. (2019) Talent diversity to fuel the future of work. available at <https://gtcistudy.com/the-gtci-index/#gtci-rankings-table>
13. The Verkhovna Rada of Ukraine (2018). Pro vnesennia zmin do Zakonu Ukrainy "Pro kul'turu" schodo vyznachennia poniattia "kreatyvni industrii". Available at <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-19#n6>
14. The Verkhovna Rada of Ukraine (2019). Rozporiadzhennia Kabinetu ministriv Ukrainy Perelik vydiv ekonomichnoi diial'nosti, iaki nalezhat' do kreatyvnykh industrij. Available at <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80>
15. Higher School of Economics (2008) *Kreativnye industrii ot teoreticheskikh modelei k realnym proektam* [Creative industries from theoretical models to real projects]. Available at <https://www.hse.ru/news/science/3279040.html>
16. Florida, R. (2016). *Creative class: people who create the future*. Mann, Ivanov and Ferber
17. State Statistics Committee (2018) *Ekonomichna aktyvnist' naselennia Ukrainy u 2017* [Economic activity of the population of Ukraine in 2017]. Available at http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/07/zb_EAN_2017.pdf
18. Hrishnova, O.A. (2009). Labor intellectualization – a defining characteristic of post-industrial society. *Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektualnoi vlasnosti* (Theoretical and Practical Aspects of Economics and Intellectual Property), 147-150 (in Ukrainian).
19. *CEDOS* (2018). *Indeks kul'turnoho ta kreatyvnoho potentsialu mist Ukrainy* [Index of cultural and creative potential of Ukrainian cities] Available at <https://drive.google.com/file/d/17JKmJBCiOwCpQL7FF9GFauagTmKSFbk/view>
20. *Creative Country* (2019). Available on <https://creativecountry.org/projekt/>

Reference

1. Florida, Richard (2002). Bohemia and Economic Geography. *Journal of Economic Geography*, 2, 55–71.
2. Bell D. (2004). The coming post-industrial society A Venture in Social Forecasting. *M., Academia*, 788.
3. Kharlamova G., Humenna O. (2018). Kreatyvnist' vriatue: uroky dlia Ukrainy. [Creativity Is Virtual: Lessons for Ukraine]. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics*, 1 (196), 76-84.
4. Gorelov N. A., Litun O. N., Melnikov O. N. (2017). Chelovecheskie resursy v kreativnoi ekonomike [Human resources in a creative economy]. *Creative Economy*. 2007, 1.
5. Kalugina Z.I. (2007). Of srednego klassa-k to kreativnomu [From the middle class to the creative]. *Russian Economic Journal of ECO*. 2007, 10 (400).

Nadiya Azmuk,

PhD (Economics), Vice Director, Associate Professor (Docent) in the Department of Economics, Business and Marketing at Cherkasy State Business College

Creative employment: principles, significance, trends of development in Ukraine

Creative employment is a key factor in the economic development of a country and the wealth creation of the population. It is also the source of innovation and transformation. A creative potential of an individual is realized through work and results in the creation of a new product or service with a significant intangible component. Creative employment derives from the employee's creative potential, and its development is largely driven by the level of enabling environment for the development of talent in the country. The provision of conditions for the creation, involvement, development and reproduction of the creative class are the priority areas of a country's development in the context of globalization.

The purpose of this article is to study the principles of creative work and creative employment, the state of creative employment in Ukraine, identify its obstacles and justify the directions of its development.

The article offers a comparative analysis of creative and routine work and defines the features of creative work. The essence of creative employment is determined and the analysis of the state of creative employment in Ukraine has been made. Based on the proposed hypothesis, we have determined the number of creative workers in this country. The assessment of the creative workers was carried out on an occupational basis.

The main factor influencing the formation, development and retention of creative human capital is the creation of favorable conditions for the development and retention of talents in this country. The centers of concentration of the creative class in Ukraine are big cities wherein the better-developed infrastructure creates a more favorable environment. This necessitates the formation of strategies of the infrastructure development for the formation of the creative potential of people. The author proposed and substantiated the directions of the development of creative potential in Ukraine.

Keywords: *creative class; creative employment; talent; creative industries*