

Маршавін О. Ю.
*аспірант кафедри соціоекономіки
та управління персоналом
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

КРЕАТИВНИЙ СЕГМЕНТ РИНКУ ПРАЦІ: ІДЕНТИФІКАЦІЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ КРЕАТИВНИХ ВИДІВ ДІЯЛЬНОСТІ

У сучасних умовах постіндустріальної економіки знань креативність стає визначальним чинником інноваційного розвитку. Ще на початку 2000-х виникла концепція «креативної економіки», пов'язана з роботами Р. Флоріди та Ч. Лендрі, які наголошували на зростанні ролі творчого потенціалу. Згідно з Р. Флорідою, креативність — це здатність створювати змістовно нові форми, що стала головним джерелом конкурентних переваг [10, с.29]. Українські науковці А. Колот і О. Герасименко зазначають, що в цифрову епоху саме творчий потенціал людини значною мірою визначає конкурентоспроможність економіки, а попит на висококваліфікований, креативний персонал як носій потужного людського капіталу зростає у багатьох сегментах [7, с.129]. Л. Лавриненко додає, що творчі особистості виступають двигуном економічного зростання країни, адже високий рівень креативності робочої сили дозволяє швидко опановувати нові види діяльності в інноваційному середовищі [8, с.87].

В економічній літературі креативний сегмент ринку праці розглядається через призму різних підходів до визначення меж «креативної економіки» та «креативних індустрій». Загальноприйнятого переліку креативних видів діяльності не існує, натомість використовуються різноманітні методологічні підходи. Британський підхід (DCMS) історично включає сфери культури, медіа, дизайну, ІТ тощо на основі критеріїв інтелектуальної власності та художнього змісту. Модель WIPO зосереджується на «copyright-based industries» (галузях, що базуються на авторському праві). У межах методології ЮНЕСКО (FCS) використовуються культурні домени та пов'язані з ними культурні товари й послуги. Модель КЕА, розроблена для Європейської Комісії, пропонує міждисциплінарну рамку класифікації культурних і креативних індустрій, з урахуванням цифрових сегментів. Підхід UNCTAD до креативної

економіки охоплює ширший спектр креативних товарів і послуг, включно з ремеслами, деякими виробничими секторами, роздрібною торгівлею книжками, газетами і канцелярією, сучасним цифровим контентом. Кожен із цих підходів використовує власні критерії, через що переліки креативних видів діяльності розрізняються. Відтак, для цілей аналізу ринку праці важливо визначити чіткі методичні засади ідентифікації креативного сегменту з урахуванням національних особливостей.

В Україні поняття «креативні індустрії» закріплене в Законі «Про культуру» як види економічної діяльності, що створюють додану вартість і робочі місця через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження [5]. У 2019 році Кабінет Міністрів України затвердив перелік з 34 видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій, згідно з класифікатором КВЕД-2010 [6]. Проте вітчизняні дослідники наголошують на необхідності розширення цього переліку. Зокрема, експертне опитування, проведене в 2019–2020 рр. Інститутом економіки промисловості НАН України, показало значну підтримку ідеї включення до креативних індустрій таких видів діяльності, як наукові дослідження і розробки (підтримали 71,7 % експертів), вища освіта (69,6 %), консалтингові та експертні послуги (63 %) та ін. [9, с.85]. На думку науковців, офіційні критерії слід розширити, щоб охопити всю різноманітність проявів креативної праці, не відображених у застарілих класифікаціях.

В рамках дослідження сформовано авторський підхід до окреслення креативного сегменту ринку праці, центральним елементом якого є уточнення дефініції креативних видів діяльності (далі — КВД): креативні види діяльності — це сукупність видів економічної діяльності, результатом яких є створення культурного, художнього, інтелектуального або інноваційного продукту, що має економічну, інноваційну, соціальну або символічну цінність та може бути формалізована за допомогою офіційних класифікаторів видів економічної діяльності. Такий продукт може бути як матеріальним, так і нематеріальним (наприклад, стратегія, концепція, знання, послуга) і створюється на основі творчості, знань, таланту, індивідуального або колективного самовираження.

Для ідентифікації креативних видів діяльності автором запропоновано цілісну методологію з трьох взаємодоповнюючих компонентів:

1. Теоретичне обґрунтування. На цьому етапі проаналізовано зміст потенційно креативних видів економічної діяльності на предмет відповідності критеріям креативності та головній ознаці

авторської дефініції — створення культурного, художнього, інтелектуального або інноваційного продукту.

2. Експертне оцінювання.

3. Порівняння з існуючими класифікаціями. Проведено зіставлення отриманих результатів з міжнародними та національними класифікаціями креативних індустрій — UNCTAD, DCMS, WIPO, KEA, КМУ [1, 2, 3, 4, 6], що забезпечує їх спадкоємність і валідність.

Експертне опитування «Ідентифікація креативних видів діяльності: експертне дослідження» проведено автором у травні–липні 2025 року з метою визначення видів економічної діяльності з найбільш суттєвою креативною складовою. Результати опитування сформульовані на основі анкет 102 експертів (віком від 25 років). Вибірка має наступні основні характеристики:

- 98 % респондентів мають вищу освіту, з яких 24 % — науковий ступінь (кандидата або доктора наук), 3 % — ступінь MBA;

- професійна приналежність респондентів охоплює широкий спектр сфер креативного сектору, включаючи архітектуру, дизайн, IT, маркетинг, медіа, культуру, освіту та науку, а також державне управління у сфері культури, інновацій та підприємництва;

- значна частка респондентів займає керівні посади (63 %), ще 18 % респондентів відносяться до науково-педагогічний працівник (викладачі, науковці, дослідники);

- переважна більшість (79 %) експертів належать до вікової категорії 31–50 років, тобто поєднують значний професійний досвід із активною залученістю в соціально-економічні процеси;

- більшість працюють в організаціях із вираженою творчою складовою: модальне значення рейтингу креативності їхніх організацій становить 5, середнє — 4,4 за 5-бальною шкалою.

Опитування проводилось за допомогою анкети, що містила перелік видів діяльності (за кодами КВЕД-2010), кожен з яких респонденти оцінювали за рівнем креативної складової з використанням 5-бальної шкали. Для аналітичної інтерпретації результатів опитування було використано такі статистичні індикатори, як модальне значення, середнє арифметичне оцінок, коефіцієнт варіації. Результати опитування слугували додатковим, а не абсолютним критерієм прийняття рішення про віднесення діяльності до КВД: експертні оцінки співставлялися з теоретичними критеріями і чинними класифікаціями, випадки розбіжностей критично осмислювалися.

На основі проведеного теоретичного аналізу та експертної верифікації сформовано остаточний перелік КВД — видів економічної діяльності, що відповідають критеріям креативності (табл. 1).

Таблиця 1

**ПЕРЕЛІК ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ,
ЩО ВІДНЕСЕНІ ДО КРЕАТИВНИХ ВИДІВ ДІЯЛЬНОСТІ
(АВТОРСЬКА КЛАСИФІКАЦІЯ)**

Види економічної діяльності	Код згідно ДК 009:2010
Виробництво ювелірних і подібних виробів	32.12
Видання книг	58.11
Видання газет	58.13
Видання журналів і періодичних видань	58.14
Інші види видавничої діяльності	58.19
Видання комп'ютерних ігор	58.21
Видання іншого програмного забезпечення	58.29
Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	59.11
Компонування кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	59.12
Видання звукозаписів	59.2
Діяльність у сфері радіомовлення та телевізійного мовлення	60
Комп'ютерне програмування	62.01
Консультування з питань інформатизації	62.02
Діяльність інформаційних агентств	63.91
Консультування з питань керування	70.2
Діяльність у сфері архітектури	71.11
Наукові дослідження та розробки	72
Рекламні агентства	73.11
Спеціалізована діяльність із дизайну	74.1
Діяльність у сфері фотографії	74.2
Освіта	85
Діяльність у сфері творчості, мистецтва та розваг	90
Функціонування бібліотек і архівів	91.01
Функціонування музеїв	91.02

Джерело: розроблено автором на основі [1, 2, 3, 4, 6, 9] та результатів авторського експертного опитування.

Представлений перелік КВД охоплює не лише культурно-мистецькі напрями (виконавські мистецтва, видавнича справа, медіа, дизайн), а й ІТ-сектор і суміжні послуги, архітектурно-інженерну діяльність, наукові дослідження та розробки, а також сферу освіти як систему формування людського капіталу через створення, збереження та поширення знань і навичок. Така класифікація узгоджується з розширеним трактуванням креативності, що включає інтелектуальну та інноваційну складову поряд із власне художньою творчістю. Одночасно з переліку виключено ряд видів діяльності, котрі хоч і фігурують в міжнародних та національних класифікаціях, проте не відповідають означеним вище критеріям КВД та не отримали високих оцінок під час експертного опитування.

Проведене дослідження оновлює та розвиває наукові засади науки про працю в частині аналізу новітнього сегменту ринку праці — креативного. Отримані теоретичні та емпіричні результати дозволили конкретизувати понятійний апарат та сформувати оригінальну класифікацію КВД. Для державної політики результати дослідження мають прикладну цінність у контексті підтримки креативного сектору та розвитку людського капіталу.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Department for Culture, Media and Sport. Creative Industries Economic Estimates Methodology. (2016). https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5a8039af40f0b62302692413/CIEE_Methodology.pdf.
2. KEA European Affairs. The economy of culture in Europe. (2006). *European Commission*. https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf.
3. United Nations Conference on Trade and Development. Creative goods groups. (2007). https://unctadstat.unctad.org/EN/Classifications/DimHS2007Products_Creatives_Hierarchy.pdf.
4. World Intellectual Property Organization. Guide on surveying the economic contribution of the copyright-based industries. (2015). https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/copyright/893/wipo_pub_893.pdf.
5. Про культуру, Закон України № 2778-VI. (2010). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text>.
6. Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій, Розпорядження Кабінет Міністрів України № 265-р. (2019). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text>.

7. Колот, А. М., & Герасименко, О. О. Праця XXI: філософія змін, виклики, вектори розвитку. (2021). *КНЕУ імені Вадима Гетьмана*. <https://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/36870>.

8. Лавриненко, Л. (2016). Творча праця та творчість в інноваційному середовищі. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка»*, 3(2), 85–90. <https://economics-msu.com.ua/en/journals/tom-3-2-2016/tvorcha-pratsya-ta-kreativnist-v-innovatsiynomu-seredovishchi>.

9. Новікова, О. Ф., Азьмук Н. А., & Шастун А. Д. (2021). Розвиток креативних індустрій в Україні в контексті становлення цифрової економіки. *Modern Transformations in Economics and Management*, Baltija Publishing. <http://www.baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/view/125/3502/7372-1>.

10. Флоріда, Р. (2018). *Номо creativus: Як новий клас завойовує світ. Наш Формат*.