

3. Гладун З.С. Державна політика охорони здоров'я в Україні (адміністративно-правові проблеми формування й реалізації). URL: http://www.library.tane.edu.ua/files/EVD/mg_dpozou.pdf.

4. Козак П. З. Зарубіжний досвід управління персоналом у контексті успішної професійної адаптації працівників. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. Вип. 22.8. С. 392-398.

5. Кравчук І. І., Присяжнюк О. Ф., Веселовський О. Б. Удосконалення управління персоналом закладів охорони здоров'я. *Ефективна економіка*. № 2. 2020. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2020/3.pdf

6. Прохорчук С. В., Мухіна Т. Б. Управління персоналом: зарубіжний досвід. *Бізнес-навігатор*. 2014. № 2. С. 208–211.

7. Сепета В. В. Світовий досвід у питаннях управління персоналом підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. № 6. Том 1. 2018. С. 191-195.

8. Труніна І. М., Сербін Р. А., Андрієнко М. С. Особливості управління персоналом у медичній галузі. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки*. Вип. 43. 2021. С. 51-56.

УДК 330.3

Маршавін О. Ю.

аспірант

Київський національний економічний університет

імені Вадима Гетьмана

м. Київ, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В УМОВАХ ПОВОЄННОГО ВІДРОДЖЕННЯ УКРАЇНИ

У сучасному світі креативні індустрії стають одним із ключових факторів економічного зростання та розвитку. Глобальні тенденції показують, що країни, які інтегрують креативний потенціал у свою економічну стратегію, успішніше конкурують на міжнародному ринку та забезпечують сталий розвиток. Україна сьогодні переживає складний період війни, що призводить до значних втрат у всіх сферах життя. Тож, наша країна як ніколи стоїть перед необхідністю відновлення економіки та зміцнення соціального зростання. У цьому контексті розвиток креативних індустрій набуває особливого значення, як стратегічний напрям для подолання наслідків війни та відновлення стабільності та процвітання.

Вітчизняні науковці Литовченко І. та Томах В. акцентують увагу на важливості розвитку креативного сектору економіки для соціально-економічного розвитку України. Креативна економіка стрімко розвивається у світі, що позитивно відображається на ВВП країн, стимулює інноваційний вектор економічного розвитку, підвищує конкурентоспроможність та економічну стійкість через диверсифікацію та зростання зайнятості. Важливими соціальними наслідками розвитку цього сектору є розвиток культури, реалізація творчого потенціалу особистості, підтримка національної ідентичності [2, с. 16-17].

На сучасному етапі розвитку світової економіки спостерігається тенденція до зростання значення креативних індустрій. Це обумовлено змінами в споживчих уподобаннях, розвитком інформаційних технологій, а також збільшенням значення людського капіталу у створенні вартості. Креативність, інноваційність та вміння працювати з ідеями стають ключовими конкурентними перевагами для бізнесу та економіки в цілому. Як зазначається у звіті ЮНКТАД «Перспективи креативної економіки 2022», торгівля креативними товарами та послугами приносить країнам дедалі більші доходи. За останні два десятиліття експорт креативних товарів збільшився більш ніж у 2,5 рази, а експорт креативних послуг також подвоївся за останнє десятиліття. Загальний обсяг експорту креативних послуг перевищив експорт креативних товарів. Хоча частка креативних товарів у загальному експорті з роками дещо зменшилася (у 2020 році вона становила 3 % від загальної торгівлі товарами), частка креативних послуг у загальному експорті послуг продемонструвала вражаюче зростання — з 12 % у 2010 році до 21 % у 2020 році [1, с. 32].

Аналіз даних показує цікаві тенденції щодо експортного потенціалу товарів та послуг, що відносяться до креативних індустрій. Так, експорт креативних товарів у середньому зростав на 3,5 % на рік у період з 2006 по 2020 рік порівняно із середньорічним зростанням загального експорту на 2,4 %. Зокрема, експорт креативних товарів був більш стійким у 2009 році під час світової фінансово-економічної кризи та у 2015-2016 роках під час уповільнення світової торгівлі.

Другим надзвичайно цікавим світовим трендом у торгівлі товарами креативних індустрій є те, що починаючи з 2011 року країни, що розвиваються, експортують більше креативних товарів, ніж розвинені країни. Середньорічне зростання експорту креативних товарів у 2006-2020 роках становило 5,9 % для країн, що розвиваються, порівняно з 1,3 % для розвинених країн. В свою

чергу, найменш розвинені країни показали неймовірно 10,1 % середньорічного росту даного показника [1, с. 33-34]. На думку автора, така диспропорція може бути пов'язана з рядом «факторів переваги» країн, що розвиваються, серед яких можна виділити наступні: дешева робоча сила, доступ до дешевих ресурсів, розвиток світової торгівлі і міжнародна співпраця, менша бюрократизація і державний нагляд за виробництвами, нижче податкове навантаження, програми державної підтримки відповідних секторів і виважена експортно-імпортна політика, а також унікальний культурний капітал таких країн.

Креативні послуги роблять дедалі вагоміший внесок у міжнародну торгівлю послугами та значно перевищують експорт креативних товарів. За останні кілька років експорт креативних товарів і послуг відокремився від експорту послуг, що зумовлено значним зростанням експорту програмного забезпечення, послуг у сфері досліджень і розробок та оцифрування деяких креативних товарів. Світовий експорт креативних послуг збільшився з 487 млрд доларів США у 2010 році до майже 1,1 трлн доларів США у 2020 році.

На відміну від ринку креативних товарів, розвинені країни експортують значно більше креативних послуг, ніж країни, що розвиваються. Розрив між розвиненими країнами та країнами, що розвиваються, зменшився за останнє десятиліття, хоча й повільно. У 2010 році на країни, що розвиваються, припадало 10,1 % світового експорту креативних послуг, а у 2020 році ця частка сягнула 17,7 %. Частка всіх креативних послуг у загальному експорті послуг зросла з 12,3 % у 2010 році до 17,4 % у 2019 році. Через різке падіння світової торгівлі туристичними послугами частка креативних послуг ще більше зросла до 21,4 % у 2020 році. Серед всіх послуг креативного сектору у структурі світового експорту переважну частку складають послуги з розробки програмного забезпечення (39,3 % від загального експорту креативних послуг у 2020 році) та дослідження і розробки (33,2 %). За ними йдуть реклама, маркетинг та архітектура (14,8 %), аудіовізуальні (8,6 %), інформаційні (3,5 %), культурні, рекреаційні та історичні послуги (0,5 %) [1, с.49-52].

Згідно статистичному огляду «Основні економічні показники креативних індустрій в Україні», в нашій державі за абсолютними обсягами реалізованої продукції у структурі креативних індустрій станом на 2020 рік 66 % належало сектору ІТ, 17 % — сектору реклами та PR, 7,4 % — кіно і телебаченню, 3 % — видавничій справі, 2,7 % — архітектурі, 1,5 % — дизайну, що

досить добре узгоджується з загальносвітовими тенденціями (окрім частки сектору досліджень і розробок, який в Україні складає невелику частку за обсягами реалізації). Аналіз структури доданої вартості також демонструє дану тенденцію: сектор ІТ створив понад 60 % доданої вартості в структурі креативних індустрій. Ще 15 % припадає на рекламу і PR, 13 % — на кіно і телебачення, 3 % — на архітектурну діяльність, близько 3 % — на видавничу справу і 2 % — на концертну і театральну діяльність [6, с. 19-22].

У дослідженні «Креативна економіка — нова економічна епоха XXI ст.» також акцентується увага на перспективності розвитку сектору креативної економіки в Україні. За даними дослідження, створювана креативними індустріями України додана вартість зросла з 30,8 млрд. грн. у 2013 році до 117,4 млрд. грн. у 2019 році, тобто, у 3,8 разів протягом семи років. Аналогічний показник росту для сектору креативної економіки загалом склав 3,5 рази, що відповідає зростанню від 74,2 млрд. до 258,9 млрд. грн. за аналогічний період. Частка зайнятих осіб у секторі креативної економіки протягом 2010-2019 років зросла з 4,36 % до 5,51 %, а безпосередньо у креативних індустріях — з 1,21 % до 2,12 % відповідно [4, с. 49-51].

Війна висуває нові вимоги до організацій. Серед них — надзвичайна мобільність, кількісна та функціональна гнучкість робочої сили. Саме ці фактори допомогли багатьом ІТ компаніям, а також компаніям сектору реклами та PR, дизайну та ін. досить швидко адаптуватися до нових умов, здійснити релокацію або перебудову виробничих процесів. Як відзначають вітчизняні науковці Петрова І., Близнюк В. та ін., різні типи мобільності перетинаються та взаємообумовлені. Вільне переміщення робочої сили характеризує кількісну гнучкість робочої сили. Функціональна гнучкість визначається можливістю виникнення нових форм зайнятості. Все більш масовими стають нестандартні форми зайнятості, такі як віддалена і неповна зайнятість, робота без укладення постійних трудових контрактів, аутсорсинг і аутстафінг персоналу, в тому числі на міжнародному рівні [5, с. 5]. Саме ці форми зайнятості є досить поширеними в креативних секторах економіки.

Додатковою перевагою сектору креативної економіки є відносно високий рівень доданої вартості продукції, що пояснюється кількома факторами. По-перше, креативна економіка включає широкий спектр послуг, які часто вимагають менше матеріальних ресурсів та проміжних продуктів у порівнянні з традиційними

промисловими галузями. По-друге, це пов'язано з інноваційним характером галузей креативної економіки, зокрема, ІТ та НДДКР. Креативний та інноваційний характер галузей креативної економіки дозволяє швидко адаптуватися до змін як в середині країни, так і на глобальних ринках, оперативно впроваджувати сучасні технології та підходи в управлінні, експериментувати та знаходити нестандартні рішення в кризових ситуаціях, що сприяє створенню високоякісної та конкурентоспроможної продукції та відносній стабільності галузі.

Хоча Україна має певні позитивні напрацювання щодо розвитку деяких креативних галузей економіки, на думку автора, нашій країні критично не вистачає досвіду у їх системній розбудові, зокрема, побудові ефективної системи державної підтримки означеного сектору. Такий досвід можна здобути завдяки тісній міжнародній співпраці та імплементації міжнародного досвіду на державному рівні. Як зазначають вітчизняні дослідники Виткалов С., Петрова І., Скорик А. та ін., запозичення досвіду активного використання потенціалу культурних індустрій має стати невід'ємною частиною української економіки [3, с.11].

Таким чином, розвиток креативних індустрій має стратегічне значення для економічного та соціального відродження України в умовах повоєнної відбудови. Аналіз глобальних тенденцій, вітчизняного та міжнародного досвіду доводять зростання значимості креативних індустрій в економіці, їх відчутний вплив на ВВП країн, стимулювання інновацій і забезпечення економічної стійкості завдяки розвитку креативного сектору. Україні необхідно використовувати міжнародний досвід та співпрацю для системної розбудови та державної підтримки креативних галузей, як ключ до відновлення та розвитку країни.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Creative Economy Outlook 2022. United Nations Conference on Trade and Development. *United Nations Publications*. 2022. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditetsce2022d1_en.pdf
2. Lytovchenko Y., Tomakh V. Creative economy: opportunities for rebuilding Ukraine. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. №48. 2023. URL: <http://ekhsuir.kspu.edu/handle/123456789/18303>
3. Vytkafov S., Petrova I., Skoryk A., Goncharova O., Vytkafov V., Antipina I. Establishment of cultural industries in ukraine: implementation of foreign practices. *Journal of Law and Sustainable Development*. 2023. №11(3). URL: <https://ojs.journalsdsg.org/jlss/article/view/813/336>

4. Креативна економіка — нова економічна епоха XXI ст. *ГС Центр розвитку креативної економіки, ГО GoLOCAL, ГО CMD-Ukraine*. 2022. URL: https://creativeeconomy.center/wp-content/uploads/2021/12/2_5332503104040474153.pdf

5. Мобільність робочої сили України: тенденції та перспективи : колективна монографія / за наук. ред. д.е.н., проф. І.Л. Петрової, д.е.н. В.В. Близнюк ; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». — Електрон. дані. — К., 2023. — 334 с. URL: <http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2023/12/Mobilnist-robochoi-sily-Ukrainy.pdf>

6. Основні економічні показники креативних індустрій в Україні. *Міністерство культури та інформаційної політики України*. 2021. URL: <https://drive.google.com/file/d/1TLdYp1sPQXJjSeJYgc0x5uMTFehDCnoX/view>

УДК: 331.5

Маршавін Ю.М.

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

Кицак Т.Г.

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

МОДЕРНІЗАЦІЯ ЕКОСИСТЕМИ РИНКУ ПРАЦІ В КОНТЕКСТІ ПОВОЄННОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Перші десятиліття становлення ринкової економіки ринок праці України формувався в основному стихійно під впливом різноманітних за змістом і спрямованістю соціально-економічних процесів і тенденцій як внутрішнього, так й зовнішнього походження. Поряд із структурно-функціональним дисбалансом, найбільш важливими проблемами функціонування українського ринку праці, на нашу думку, залишається його диспропорції та розбалансування, які накопичені за багато років. Йдеться про панування у виробничій сфері застарілих робочих місць; масштабну тінізацію зайнятості; жебрацьку зарплату значної частки працівників; значну зовнішню трудову міграцію; невідповідність професійних компетентностей лівової частки робочої сили сучасним запитам роботодавців. Значний руйнівний вплив на ринок