**Тема 6**

**ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ІННОВАЦІЇ В КРЕАТИВНІЙ ЕКОНОМІЦІ**

6.1. Підприємництво в сфері креативних індустрій

6.2. Інноваційне підприємництво та стартап в креативній економіці

6.3. Форми організації та підтримки креативного підприємництва

**6.1. Підприємництво в сфері креативних індустрій**

Головним завданням для економіки кожної країни є забезпечення випереджаючих темпів економічного зростання та підтримка виходу традиційного бізнесу за межі внутрішнього ринку. Відповідно, сучасний успіх підприємств все частіше залежить від синтезу творчості (креативності), підприємництва та технологічних інновацій.

Згідно Господарського кодексу України *підприємництво* - це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку[[1]](#endnote-1). *Основними принципами підприємництва* відповідно визначено[[2]](#endnote-2):

– вільний вибір підприємцем видів підприємницької діяльності;

– самостійне формування підприємцем програми діяльності, вибору постачальників і споживачів продукції, що виробляється, залучення матеріально-технічних, фінансових та інших видів ресурсів, використання яких не обмежено законом, встановлення цін на продукцію та послуги відповідно до закону;

– вільний найм підприємцем працівників;

– комерційний розрахунок та власного комерційного ризику;

– вільне розпорядження прибутком, що залишається у підприємця після сплати податків, зборів та інших платежів, передбачених законом;

– самостійне здійснення підприємцем зовнішньоекономічної діяльності, використання підприємцем належної йому частки валютної виручки на свій розсуд.

*Підприємництво є різновидом господарської (економічної) творчості*, якапов’язана із постійною динамікою та коректуванням цілей, пошуком оптимальних варіантів їх досягнення, оцінюванням співвідношення цілей, засобів і результатів творчої діяльності. Особливості такої творчості представлено в табл.15 [][[3]](#footnote-1).

*Таблиця 15*

Специфічні особливості підприємницької творчості

|  |  |
| --- | --- |
| Особливості | Зміст |
| Специфічне походження | Усвідомлена потреба зміни і вдосконалення підприємницького середовища та (або) свого внутрішнього світу |
| Багатогранна основа | Високий рівень професійної компетентності, широка галузь знань, підприємницький стиль мислення, духовність, етичні орієнтири та етичні обмежувачі |
| Усвідомлена творча спрямованість (первинний ефект) | Створення матеріальних і духовних цінностей, що дозволяють задовольнити суспільні потреби |
| Своєрідний механізм реалізації | Нестандартність підприємницьких творчих рівшень, що приймаються, в основі яких лежить постійна динаміка і корегування цілей, пошук оптимальних варіантів їх досягнення, оцінювання співвідношення цілей, засобів і результатів творчої підприємницької діяльності |
| Перетворююча роль | Зміна внутрішнього та зовнішнього світу підприємця |
| Наявність вторинного ефекту | Розвиток творчих процесів у всій підприємницькій структурі та здійснення продуктивної творчої взаємодії між членами підприємницької структури |

Підприємництво в сфері креативних індустрій має ознаки традиційного, але, як правило, обмежується сферами мистецтва, культури, дозвілля та інших сфер креативних індустрій. Переважно такий вид діяльності ототожнюють з креативним підприємництвом, однак існують певні відмінності.

*Креативне підприємництво* відносно нове поняття в економіці, яке несе значення того, що творчість і мистецтво є затребуваними послугами, які забезпечують успіх будь-якої компанії [][[4]](#footnote-2). Основна відмінність від звичних норм роботи полягає у навичках креативного мислення, мобільності та здатності постійно вчитися. Засновник креативного простору і коворкінгу «Часопис», співзасновник проекту «Цікавий Київ» Яковер М. коментує це питання так: «Креативність в сучасному бізнесі, насамперед, полягає в тому, щоб, поєднуючи вже існуючі ідеї, створювати нові цінності» [][[5]](#footnote-3).

Отже, *креативне підприємництво* – це діяльність, яка ґрунтується на культурній творчості, мистецтві, креативності і здатності капіталізувати інтелектуальну власність в будь-якій сфері економіки. Креативність проявляється у процесі розробки, впровадження і прибутковій реалізації бізнес-ідеї.

*Підприємництво в сфері креативних індустрій* відноситься до бізнесу, який працює в рамках культурних і творчих індустрій. Такі галузі мають інші можливості створювати капітал, різну економічну логіку та динаміку розвитку. Більшість таких компаній – це маленькі або навіть мікропідприємства, дуже мобільні, часто сезонні або засновані на проектах [][[6]](#footnote-4). *Наприклад,* архітектурне бюро, музична студія, онлайн-медіа, відеопродакшн, майстерня з виготовлення текстилю, кінофестиваль, рекламне агентство та телеканал – все це формати організації креативного бізнесу та ведення підприємницької діяльності в сфері креативної економіки. Основний фактор тут – спрямованість на отримання прибутку за допомогою художніх ідей і креативу[[7]](#footnote-5).

*Підприємництво в креативній економіці,* окрімбізнесу в креативних індустріях,включає в себе інші напрями і галузі діяльності, з якими вони перетинаються та взаємодіють задля просування та популяризації продукту на споживчому ринку.

У сфері креативної економіки можна викоремити ***наступні види підприємництва*** [] *[[8]](#footnote-6)*:

***1. Культурне підприємництво*.** Йдеться про організовану діяльність, основною метою якої є виробництво або відтворення, просування, поширення та / або комерціалізація товарів, послуг культурного, історичного та художнього характеру.

***Довідково.*** *Одним із прикладів культурного підприємництва є надання платних послуг галереями, таких як: продаж картин, які представлені на виставці (як правило, галерея отримує відсоток від продажу); платне відвідування виставок та інших заходів; надання в оренду приміщення галереї; проведення аукціонів; надання консультаційних послуг; експертиза творів мистецтва; продаж книг та інших друкованих матеріалів, видавничі послуги, дизайн-послуги тощо.*

*Іншим прикладом – є музеї, які отримують часткове фінансування від держави, а додаткове – за рахунок роботи кафе, сувенірних магазинів, приватних івентів тощо.*

***2. Соціальне підприємництво*** – діяльність, орієнтована на позитивне вирішення екологічних, соціальних та культурних проблем. Така спрямованість бізнесу зумовлена високим рівнем усвідомленості та відповідальності перед суспільством. Більшість таких проектів залучають меценатів, багато спонсорів, а іноді повністю складаються із волонтерських команд і спільнот.

***Довідково.*** *Один з прикладів соціального підприємництва – Urban Space – громадський ресторан, отримані кошти від діяльності якого йдуть на соціальні проекти міста. Інший, – Кураж Базар – це барахолка Національного комплексу «Експоцентр України» у м. Києві, яка на постійній основі виділяє кошти із власної діяльності на благодійність.*

3. Важливо зауважити, що все більше з’являється ***змішаних моделей підприємництва у сфері креативної економіки.*** Наприклад, за допомогою творчих практик (театр, музика, виставки, літературні вечори тощо) активісти представляють альтернативні соціально-політичні уявлення про світ. Вони вирішують суспільні проблеми, призводять до соціальних змін і підвищують рівень культури та обізнаності людей.

***Довідково.*** *Прикладом змішаної моделі підприємництва у сфері креативної економіки є діяльність Конгресу активістів культури, який займається створенням і підтримкою проектів, що сприяють змінам у країні та світі. Зокрема, організують різноманітні освітні події у сфері культури та мистецтва, є партнерами багатьох організацій у локальних проектах, займаються культурною політикою, менеджментом культурних проектів, міжсекторальною співпрацею тощо. Конгрес активістів культури – це повністю некомерційна організація, яка отримує фінансування за рахунок грантів, спонсорства та платформи «Спільнокошт».*

Таким чином, до креативного підприємництва відносяться всі галузі діяльності та виробництва, які використовують творчий підхід в практиці господарювання. В креативних індустріях підприємництво перетворює твopчий тa iнтeлeктуaльний pecуpc в «ринковий продукт».

**6.2. Інноваційне підприємництво та стартап в креативній економіці**

Інноваційне підприємництво сьогодні перебуває в авангарді модернізації економіки. Цей тип сучасного бізнесу багато в чому визначає темпи економічного зростання, конкурентоспроможності продукції на національному та міжнародному ринках. Тому, інтерес до організації інноваційного підприємництва в креативній економіці пов’язаний з активним впровадженням творчості та її здатності до генерування нових ідей. Тільки творчість, втілена в інновацію, дозволяє перейти бізнесу з одного ступеня розвитку в інший, вищий, забезпечуючи його новий якісний стан і, відповідно, розвиток і прогрес.

З поняттям *«інновація» (нововведення)* найчастіше ототожнюють:

– по-перше, новаторське дослідження або розробку;

– по-друге, зміни в стилі роботи організації з метою створення сприятливіших умов для клієнта;

– по-третє, розробку нових товарів або послуг на умовах, досконаліших ніж ті, що є зараз.

*Закон України «Про інноваційну діяльність»* визначає термін *«інновації»* як новостворені та (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного чи іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [][[9]](#footnote-7).

Підприємство (обʼєднання підприємств), що розробляє, виробляє і реалізує інноваційні продукти та (або) продукцію чи послуги, обсяг яких у грошовому вимірі перевищує 70% його загального обсягу продукції і (або) послут називають *інноваційним підприємством. Прикладом форм організації інноваційного підприємства є: і*нноваційний центр, технопарк, технополіс, інноваційний бізнес-інкубатор тощо.

Організація інноваційного підприємництва багато в чому залежить від типу інновацій, сфери їх призначення та використання.

*Розрізняють кілька видів інновації:*

– продуктова — [впровадження нового продукту](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%BD%D0%B0_%D1%96%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B0_%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%96%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0);

– технологічна — впровадження нового методу виробництва;

– технічна — впровадження нового засобу виробництва, модернізація конструкції відомого технічного об'єкту;

– ринкова — створення нового ринку товарів і послуг;

– маркетингова — освоєння нового джерела постачання сировини;

– управлінська — реорганізація структури управління;

– соціальна — впровадження заходів з метою покращення життя населення;

– екологічна — впровадження заходів з питань охорони [довкілля](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%BE%D0%B2%D0%BA%D1%96%D0%BB%D0%BB%D1%8F).

Традиційно інноваційну діяльність прийнято повʼязувати зі сферою матеріального виробництва. Її базове значення – для розвитку інноваційного підприємництва, впровадження досягнень науки, новітніх технологій тощо. Але нововведення виникають і реалізуються в культурних, мистецьких, освітніх та інших сферах [][[10]](#footnote-8).

Найшвидшим шляхом продукування інновацій є розвиток стартапів на базі вже існуючих розробок науково-дослідних інститутів, університетів та за ініціативою підприємців. Сам термін «стартап» з’явився в журналі *Forbes* в 1976 р. і *Business Week* в 1977 р. для позначення компаній з короткою історією операційної діяльності.

У вузькому розумінні, ***стартапом вважається проект***, що швидко розвивається у певній галузі економіки. Успішний запуск такого проекту, як правило, забезпечує значний соціально-економічний ефект, який проявляється через створення нових робочих місць та достойну оплату праці персоналу. Також **с*тартап*** – це процес для реалізації абсолютно нових бізнес ідей за короткі терміни з мінімальною кількістю фінансових ресурсів та високих ринкових ризиках.

Стартап виступає новою перспективною формою ведення бізнесу в креативній економіці в Україні. Саме за допомогою розвитку спартап-компаній в Україні вирішується питання малого та середнього бізнесу, які в подальшому стануть великими компаніями та матимуть наукоємну продукцію і розвинений підприємницький сектор.

***Стартап-компанією* називають**нещодавно створену компанію, що будує свій бізнес на основі інновацій або інноваційних технологій (можливо ще не зареєстрована офіційно, але планує стати офіційною) та володіє обмеженими ресурсами.

Відповідно до твердження представників інноваційного бізнесу, до 2005 р. в Україні фактично не було стартапів. Усе відбувалося навколо аутсорсінгу (передача компанією частини її завдань або процесів стороннім виконавцям на умовах субпідряду). На сучасному етапі, розвиток інформаційних технологій змінив способи і методи господарювання, інтенсивно розвиваються стартап-компанії, які гнучко реагують на потреби ринку та пропонують конкретні рішення для своєї цільової аудиторії. Щороку в Україні зростає кількість інноваційних ідей та прогресивних людей, які готові втілювати ці ідеї.

Сервіс Startup Ranking[[11]](#footnote-9) прорейтингував країни світу за кількістю стартапів у 2018 р., які в них засновані. В рейтинг увійшли 137 країн, а Україна зайняла 37 місце, обігнавши Південну Корею і Естонію, – у нас нарахували 77 стартапів. На першій позиції знаходиться США (3687 стартапів), на другому та третьому – Індія (990) і Великобританія (555) відповідно.

Підвищенню позиції України в рейтингу країн за кількістю стартапів сприяв ряд факторів, зокрема:

– розвиток бізнес-інкубаторів – це своєрідні посередники між новим проектом та інвесторами, які можуть фінансувати його реалізацію;

– щороку чисельність *ІТ*-спеціалістів зростає на 20%;

– суттєвий ріст інвестиційних угод;

– успіх українських стартапів.

***Довідково.*** *Прикладами успішних українських стартапів є:*

*– Depositphotos, Terrasoft, Template Monster, Coursmos, Сlickky, Augmented Pixels, GitLab 9, Petcube, Grammarly;*

*– мобільний додаток «Уклон» для замовлення таксі;*

*– poster POS – додаток, який замінює касу в ресторанах і кафе;*

*– ring – український стартап, що випускав домофони, був придбаний компанією Амазон за суму близьку до 1.5 млрд. дол.;*

*– Newoldstamp, який розвиває онлайн-сервіс з генерації професійних email-підписів. Він отримав 150 тис. дол. інвестицій.*

*Важливо відмітити, що більшість всіх стартапів діють в м. Києві. Решта розподілилась серед найбільших міст України.*

До позитивних рис українського бізнес-середовища також можна віднести низьку конкуренцію в різних сферах діяльності і те, що шлях для реалізації власних проектів у сфері креативних індустрій відкритий для кожного підприємця, середнього та малого. Це можливість для усіх креативних людей втілювати свої ідеї, і таким чином впроваджувати інновації в науку, сектор обслуговування, бізнес та інші сфери життя.

**6.3. Форми організації та підтримки креативного підприємництва**

У ХХІ-му ст. можливості проектів і організацій у сфері креативних індустрій виходять далеко за рамки цього сектору, сприяючи встановленню зв’язків з іншими напрямами галузі та соціальними сферами. Взаємовигідна співпраця означає міжсекторальну взаємодію між видами мистецтва, сферою культури, галузями креативних індустрій та іншими галузями та секторами економіки, наприклад, технологічними компаніїями, містобудуванням, освітніми установами та ін.. ***Основними напрямами співпраці*** визначено такі:

– ***між галузями креативних індустрій****.* Така формаспівпраці створює можливості для нових комбінацій знань та появи продуктів і компаній сфери креативної економіки. *Наприклад,* культурний фестиваль не тільки об’єднує митців різних сфер креативних індустрій, а й стимулює розвиток місцевого готельного та ресторанного бізнесу, транспортних послуг та ін. *Інший приклад* – напрям у сфері туризму – культурний туризм, що не тільки створює можливості для відвідування міст туристами, а й сприяє економічному розвитку таких галузей як транспортна логістика, громадське харчування, готельна справа та ін..

– ***між творчими, комерційними та науково-дослідницькими організаціями, а також навчальними закладами***. У світовій практиці існує безліч варіантів організаційних форм взаємодії держави, науки та бізнесу. Таке поєднання відбувається на базі: науково-дослідних лабораторій, навчальних закладів, виставково-торговельних комплексів, комерційних банків, центрів зайнятості, агенцій підтримки інноваційного підприємництва, великих бізнес-корпорацій тощо. Звідси виникає різноманітність назв: наукові центри, бізнес-інноваційні центри, технологічні парки, хаби, інкубатори, акселератори та ін. В основу їх формування покладено принцип спільного використання інтелектуальних, матеріальних і фінансових ресурсів.

– ***між творчою та соціальною сферами****.* Проекти та організації, що працюють на перетині соціальних сфер та творчості, використовуються як інструмент соціальних змін та підвищення обізнаності про проблеми, з якими стикається суспільство у повсякденному житті, *наприклад,* соціальна справедливість, екологія, охорона здоров’я, наркоманія, безробіття і багато інших. Мистецтво також можна використовувати як інструмент соціального переконання і судження, пропонуючи соціуму нові ідеї та нові ідеології, спонукаючи до критичного мислення. Як приклад, наведемо організацію «Дивовижні», що працює на всеукраїнському рівні. Розпочавши із волонтерської ініціативи й акцій з благоустрою територій, сьогодні команда реалізовує громадські проекти, які мають на меті залучення суспільства до змін.

*–* ***між творчим сектором і містобудуванням у цілому*** *–* комплексний підхід до процесу міського планування у ХХІ ст. позиціонує сектор мистецтва та культури не як окрему галузь, а як невід’ємну частину інших стратегій містобудування, наприклад, стратегії економічного розвитку, плану реалізації екологічної або соціальної політики та ін.

Розуміння важливості та вивчення впливу взаємовигідної співпраці на всіх рівнях у найрізноманітніших формах і способах значно сприяє формуванню новаторських ідей, розробці нових проектів, зростанню фінансування, чисельності покупців і споживачів продуктів і послуг креативного сектору.

Помітні економічні вигоди, які були відчутні в таких організаційних системах взаємодії в світі (країн Європи, США, Азії), змусили органи влади зробити спроби сприяти розвитку просторових форм організації креативної економіки в Україні. Це відбувається методом проектування кластерів, субсидування бізнес-компанії для організації креативних просторів міст, районів тощо, а також через реалізацію проектів і програм стимулювання розвитку науки та виробництва на засадах взаємовигідної та колективної співпраці. Така інтеграція творчих осіб, малих підприємств, інвесторів та маркетингу від міської влади сприяє формуванню міської ідентичності, власної ексклюзивності та мобільності підприємств, підвищує їх конкурентоспроможність, забезпечує вільну конкуренцію. Водночас, окремі моделі прямого перенесення зарубіжного досвіду функціонування креативної індустрії на вітчизняні реалії не дають такого ж економічного ефекту, як у країнах запозичення.

Вивчення зарубіжного та вітчизняного досвіду організації креативних індустрій дозволило виділити декілька форм *просторової організації креативної індустрії* (ПОКІ) за певними характеристиками: площею охоплення, функціями діяльності, завданнями створення й підходами до регулювання тощо. Зауважимо, що масштабуючись, виділені форми вільно переходять від однієї до іншої, а більші часто вміщують у собі локальні. Для креативних індустрій також властива мережевість, що передбачає певну ієрархію і наявність вузлів, як центрів мережі, які можуть бути різного розміру. Головне у розвитку мережі – присутність тісних горизонтальних зв’язків між учасниками [][[12]](#footnote-10).

Серед форм ***просторової організації креативної індустрії*** виділяють:

***1. Макроформи*** – це глобальні технологічні платформи, креативні міста, креативні регіони, технополіси.

***Глобальні технологічні платформи*** є тими інструментами взаємодії держав світу, бізнесу, науки та освіти, які мають вирішити завдання технологічної незалежності сектору креативної економіки світу. Традиційно *під технологічною платформою* розуміють комунікативний інструмент, спрямований на мобілізацію зусиль зацікавлених сторін (стейкхолдерів) інноваційного розвитку регіону за конкретним галузевим напрямом.

***Довідково.*** *Як приклад, можна назвати екоплатформу Foundum – це онлайн-платформа, що працює локально, в національних масштабах і глобально, спрощуючи зусилля підприємців щодо пошуку зв’язків з окремими особами та бізнесом в локальних громадах, а також у встановленні ширшої екосистеми в конкретній галузі, сфері технологій та інших ділянках ринку. Екосистема Foundum є географічною спільнотою, в якій усі підприємці-стейкхолдери мають змогу зустрітися, взаємодіяти та отримати вигоду. Foundum була запущена в Іспанії і стала першою екосистемою м. Барселона. Завдяки наявності Глобальної Системи Стартапів Foundum дозволяє стати її учасником у тій чи тій ролі.*

***Креативні міста*** – це теоретична концепція побудована навколо ідеї міської креативності; міста, які сприяють особистісному розвитку та прояву індивідуальності городянина. Креативне місто – це місто, в якому комфортно працювати, не відволікаючись по можливості на побутові проблеми, зручно відпочивати за інтересами і настроєм, і, найголовніше, – мати можливість творчого розвитку за інтересами технарів, художників, письменників, поетів і т. д.; місто з підвищеною концентрацією культурних і креативних індустрій.

***Довідково.*** *В Україні на статус креативного міста претендує м. Косів – мальовниче містечко на Гуцульщині – краї високих Українських Карпат, гірських річок і свіжого повітря. Це українське місто є районним центром Івано-Франківської області і раніше було курортом. На знаменитому косівському ремісничому ринку продаються високоякісні вироби гуцульських ремісників. У Косівському інституті прикладного та декоративного мистецтва діє невеличкий Музей мистецтва та побуту Гуцульщини. Косів славиться своїми видатними майстрами, які не тільки створюють гарні речі, але й зберігають національні традиції у вишивці, кераміці, ткацтві, куванні, писанкарстві, створюють вироби з дерева, вовни та льону. Біля міста знаходиться кілька креативних центрів, які використовуються для освітніх цілей та заходів: «Хата-Майстерня» і «Дідова хатчина».*

Поняття ***«креативний регіон****»* варто використовувати для позначення району, області, території, частини країни, що вирізняється сукупністю історико-культурних умов та інфраструктурою для розвитку креативного сектору економіки з відповідним творчим потенціалом населення.

***Технополіс*** – є територією економічної активності, що поєднує потенціал закладів вищої освіти, науково-дослідних структур, промислових підприємств і субʼєктів інноваційної інфраструктури регіонального загальнодержавного та міжнародного рівнів, а також включає мережу навчальних центрів для підготовки кадрів і підвищення їхньої [кваліфікації](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%84%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F). Це, як правило, «нове [місто](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D1%96%D1%81%D1%82%D0%BE)», в якому запроваджуються у виробництво нові розробки, а також проживає населення.

***2. Мезоформи*** – це креативні простори, які мають територіальну відособленість і утворюються у формі: кластерів, кварталів, парків, хабів, інноваційно-технологічних центрів (інкубатори, акселератори та ін..) та онлайн-платформ підтримки та популяризації креативних ідей, проектів та бізнесів в Україні.

***Креативні простори*** – це загальнодоступні площі, призначені для вільного самовираження, творчої діяльності та взаємодії людей. Метою створення таких просторів у міському середовищі є забезпечення творчої молоді (креативного класу) можливостями для навчання, самонавчання, обміну навичками, експериментування і реалізації власного бачення міста, світу. Відмінною особливістю креативного простору є націленість на діяльність людини в ролі не споживача або працівника організації, а творця унікального продукту своєї особистості.

***Довідково.*** *Зараз майже в кожному обласному центрі України присутні креативні простори різного виду:*

*– м. Львів – кластер моди, ІТ-кластер, кластер розвитку освіти та креативності, кластер туризму, арт-кластер «Фабрика повидла», у перспективі – «Креативний квартал»;*

*– м. Івано-Франківськ – ревіталізація (відновлення) роботи заводу «Промприлад» із перетворенням його на хаб творчості та пізнання;*

*– м. Косів – кластер традиційних народних ремесел;*

*– м. Київ – найбільший креативний кластер в Україні – арт-завод «Платформа» – організований на місці колишнього заводу, де проходять виставки та перфоманси, покази мод і концерти, проводяться майстер-класи та ні.;*

*– м. Київ «Izone» – перший в Україні кластер креативних мануфактур, який включає майстерні Izolab, Photolab, Літографії і Дерева, приміщення для лекцій і семінарів, галереїя і кафе;*

*– м. Київ – хаб «iHUB», який має власну мережу центрів підтримки інновацій, стартапів, підприємництва та технологічних компаній*

*– м. Київ – Національний комплекс «Експоцентр України» (колишній ВДНГ) – це культурно-інноваційний центр та сучасний креативний простір для підвищення культурного й соціального капіталу нації.*

Під ***креативними кластерами*** слід розуміти просторові форми організації креативних індустрій та суміжних видів економічної діяльності, які локалізовані на певній території і характеризуються щільними просторово-функціональними та синергетичними зв’язками між підприємствами цих індустрій (а також культурної сфери) з метою генерування інноваційних і креативних ідей, виробництва культурно-креативного продукту та надання послуг [][[13]](#footnote-11). Креативні кластери сприяють проникненню культури та мистецтва в інші галузі, наприклад, у дослідницьку, наукову сферу, а також сферу технологій, охорони довкілля, бізнесу та ін.

Ключовими умовами для створення творчих кластерів є: дешева нерухомість або оренда; вільні простори; місце, яке потребує перепрофілювання; послуги для міста; статус першовідкривачів; мережі та агентства.

***Довідково.*** *Найбільш відомі спеціалізовані види кластерів у світі: фінансові (Уолл-стріт, лондонський Сіті, Сіндзуку); промислові (Сілезія, Рур, Детройт, Пуебла);  військові (Плімут, Крит);  кулінарні (Чайнатаун та інші «таун»); технологічні (Силіконова Долина, Бангалор);  туристичні (Сонячний берег, Золотий берег); розважальні (лондонський Вест-Енд, Бродвей); творчі (Сохо, Грінвіч-Віллідж, дизайнерський квартал в Гельсінкі).*

***Креативні хаби***– це творчі центри, які надають простір і забезпечують умови для творчої роботи; способи організації роботи, в основі яких лежить динамічне поєднання різноманітних талантів, дисциплін і навичок для посилення інноваційного потенціалу проекту. До складу таких центрів можуть входити коворкінги, майстерні, інкубатори, лабораторії та кластери – як локальні форми.

***Інноваційні парки*** – це місця, де створюється екосистема та інфраструктура для розвитку бізнесу в сфері високих технологій та креативних індустрій з певною концентрацією компаній, стартапів, студентів, фахівців і дослідницьких лабораторій тощо.

***Технологічні парки*** представляють собою науково-інноваційні центри, територіально виділені комплекси, які обʼєднують в собі організації, фірми, обʼєднання, що охоплюють весь цикл здійснення інноваційної діяльності – від ґенерації нових ідей до випуску і реалізації наукоємної продукції. Технопарк, як правило, заснований на базі провідних закладів вищої освіти, інших наукових організацій, включає сервісні та виставочні комплекси, фірми. У межах технопарків можливе створення венчурних фірм і венчурних фондів.

***Довідково.*** *У наукових технопарках світу зайнято понад 430 тис. фахівців. Орієнтацію на створення технопарків і технополісів обрали такі держави, як* [*Японія*](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%AF%D0%BF%D0%BE%D0%BD%D1%96%D1%8F)*, Німеччина, Нідерланди, Велика Британія. Відомими є технопарки: Силіконова долина (США), Електронне місто (Силіконова долина Індії), Софія Антиполіс (Франція), Стенфордський науковий парк (США), Херіот – Уотський науковий парк (Шотландія).*

***Бізнес-інкубатор***– це організація, що надає на певних умовах і на певний час спеціально обладнані приміщення та інше майно суб’єктам малого та середнього бізнесу, які здійснюють свою діяльність на основі цікавих наукових ідей з метою отримання фінансової самостійності. Таким підприємцям у центрах-інкубаторах надаються численні інноваційні послуги, до яких, зокрема, належать:

– оренда приміщень та прокат наукового та технологічного устаткування;

– консультації з економічних і юридичних питань;

– фінансові послуги;

– експертиза інноваційних проектів (науково-технічна, екологічна, комерційна);

– інформаційне та рекламне забезпечення.

На сьогоднішній день виділяють декілька видів бізнес-інкубаторів, а саме:

*– віртуальні бізнес* – інкубатори, що пропонують послуги в кіберпросторі. Віртуальний бізнес-інкубатор – це унікальний *IT*-продукт, створений для допомоги підприємцям;

*– територіально-виробничі комплекси та коопераційні мережі* – це об’єднання підприємств, що діють в географічній близькості один від одного в одному галузевому секторі;

*– бізнес-інкубатори, орієнтовані на розвиток наукомістких малих підприємств*. Це так званий інкубатор технологій – наукомістке підприємство, пов’язане з університетом, науково-технологічним парком або інноваційним центром. Його завдання – обслуговування малих інноваційних підприємств, створення нових підприємницьких структур, надання їм допомоги у виживанні та успішній діяльності на ранній стадії розвитку;

*– венчурні інкубатори*, які використовують зонтичний бренд бізнес-інкубатора та налагоджують взаємодію з венчурними інвесторами, органами державної влади, великими компаніями з інших країн.

***Бізнес-акселератор*** – це соціальний інститут підтримки стартапів, який включає як установи, так і організовані ними програми інтенсивного розвитку компаній через менторство, навчання, фінансову та експертну підтримку в обмін на частку в капіталі компанії. Бізнес-акселератори також вважають інститутами підтримки випускників інкубаторів і програми інкубації для готових до отримання інвестицій компанії. Основний фокус акселераторів – технологічні стартапи, відбір перспективних стартапів для фондів і підготовка команд до залучення інвестиційних раундів.

Головна відмінність інкубаторів та акселераторів для бізнесу полягає в тому, що в інкубаторі рушійною силою є місце (інфраструктура), де команда буде сидіти і творити, а в акселераторі – цінність, яку може нести в собі певна інновація для ринку. В інкубаторі все спрямовано на створення бізнесу на основі ідеї, в акселераторі – на підтримку виходу вже існуючої команди на ринок з новою концепцією продукту, щоб отримати підтвердження від потенційних клієнтів про його необхідність та цінності. Головне їх завдання полягає в тому, щоб спільно зі стартаперами за обмежений період створити інвестиційно-привабливий продукт на рівні робочої версії або прототипу. Нерідко такі проекти згодом отримують венчурне фінансування від фондів, що працюють безпосередньо з акселератором.

***Довідково.*** *Інноваційні бізнес-інкубатори діють на базі технічних університетів Львова, Дніпра та Києва. В Україні найбільш відомими є такі інноваційні бізнес-інкубатори, як: Eastlabs, iHUB, HappyFarm, Growthüp, Wannabiz, Voomy IT-парк і Polyteco, YEP. За останні роки з’явилися такі масштабні гравці, як: інноваційний парк UNIT.City, бізнес-інкубатор 1991 р. Open Data Incubator, бізнес-акселератор Radar Tech.*

***Національні онлайн-платформи.*** Це інформаційне поле підтримки та популяризації креативних ідей, проектів та бізнесів в Україні.

*Наприклад*, проект «ШоТам?» у Facebook від ГО «Криголам» за фінансової підтримки UCBI II, що фінансується Агентством США з міжнародного розвитку (USAID). Місія – розповсюдження позитивних новин про успішні та корисні проекти в Україні.

*Інший приклад*, портал «ГУРТ» є щоденним інструментом інформування та використання для лідерів громад, менеджерів громадських, благодійних організацій, донорських структур, соціально відповідального бізнесу, представників органів місцевого самоврядування, органів державної влади та журналістів.

***3. Локальні форми*** – це невеликі простори, що зосереджені на окремій місцевості і мають визначену спеціалізацію у сфері креативної економіки (коворкінги, арт-об’єкти, творчі лабораторії, майстерні, відкриті простори, лофти та неолофти), а також локальні онлайн центри, креативні інформаційні платформи. *Наприклад,* простори, які організовані переважно для проведення вільного часу, тренінгів та самоосвіти, спілкування митців і підприємців креативних індустрій можуть мати назву: відкритого простору, антикафе[[14]](#footnote-12), тайм-клубу та ін. За умови їх інтеграції з коворкінгами, утворюються: мейкерспейси[[15]](#footnote-13) (простори для розробки нових технологічних рішень), творчі лабораторії, арт-центри та арт-студії та ін. [][[16]](#footnote-14).

***Довідково.*** *Gnatyuk Art Center в Житомирі* ***–*** *це найбільший арт-простір Житомира, площа якого = 550 кв. метрів. Саме тут все частіше проводяться наймасштабніші творчі вечори, виставки, відбуваються презентації та зустрічі однодумців з усієї області. Наприклад, протягом 18-20 жовтня 2019 року в Gnatyuk Art Center проходив ІІІ книжковий форум "ДієСлово", в рамках якого проходило багато заходів, пов‘язаних із творчими зустрічами з видавцями, авторами, ораторами та літературними критиками.*

***Коворкінг*** – креативний простір на основі спільного орендування приміщення з метою здійснення певних функцій: для роботи, відпочинку, спілкування, саморозвитку, самоорганізації тощо. Додаткові функції діяльності коворкінгу пов’язані з поширенням ідей, співфінансуванням проектів, розвитком соціального підприємництва, просвітництвом, неформальною освітою, розвитком культури, залученням міської спільноти до громадських проектів тощо. Відвідувачі таких просторів платять за час перебування в ньому, а низка послуг надається згідно з умовами угоди (послуги харчування, користування канцелярською технікою, доступ до високошвидкісного *Internet* та ін.).

***Лофти та неолофти*** – це креативні простори, оформлені в архітектурних стилях. Справжній лофт – це будівля з промисловим минулим, яка змінила своє призначення і стала житлом, офісом або чимось принципово іншим. Перші поселенці лофт – художники, які зробили його легендою, а нові мешканці закріпили цей статус шляхом відтворенням, притаманних цьому приміщенню, рис. Застосування елементів справжнього традиційного лофта в невеликих житлових квартирах отримало назву «неолофт» або «стилізація під лофт», що зберегають у собі грубі текстури та первинні покриття, не приховані комунальні комунікації, скромні, але функціональні меблі та відсутність завісок.

***Локальні онлайн центри*** – це комунікаційні технології, що сприяють активному поширенню *«соціальних медіа»* – виробників власного місцевого інформаційного продукту, – для збереження й розвитку унікальних джерел місцевої та локальної інформації для населення (місцевої преси). *Наприклад,* портал новин «Житомир.інфо», проект «[ZT GO Куди піти в Житомирі](https://www.facebook.com/ztgocomua/?__xts__%5B0%5D=68.ARBGnUbtjgBlf4_fgY4zMQMltd0G8byqjAay8LVJbyFIOLvS4QKYuCX9Upk1gtJxdbweq-bBYZ0L_In2Y3kdIXTIADNomDQEvLRPZ0HSrJ4ThxAGLxpKX-W5g4MGOBi-vadc-_2_7K2zoxYQQVGSEVMmjxl8-d7dCIrIe5O4gyj3E6U0doTtDZ7EZ0Isq7WLZ6936Z46AloUwZelrUhJ5fTGDr52lWZNu-u4Km23CnSLSYdN8PcyysBJdAMRvhHDgyTzTdp-LgurtAQBseaDyn1_3eEfdI4dwHN6xOZnYw6Ck8fSWhH5v2iq2sbX6MsZHP8run-weFKwExeFeE6fM7Exvg&__xts__%5B1%5D=68.ARB5B4yp6fXM0Fbj_jcvBC3FOte3rH-2jaee0tNVV1PaYNTEoy7cFcLBegTYreBGX9dVIT8DNFWNfTbLuIWVbuTG_xK44SPcb35jTxlyNIJ1LSU91hoqVOZzftqgNwULzyU2TO3HDOGZrxr3GpJQH7WtXpKr-QqYsmXOztBkQF8NQc1zot9Sd8ffbFf3kBV7oJi_nuv-QCoJgchVgVh4gvcOWPEHFkY4LsOI7oq3XizGeQGWFNjfxwcsuuEmywgEQtDCdudI-qaGMX_fI2QLTNkOzWfaDaouHMRo4axbhV5wSu0qdo23_RRpkth-hz9z4HjNiOHezYvJNvYHCMimezEnyvLDEZxL9h1HmMgt6Hytl8omiGA8gH6_lIUW3oSPBGcZZ-tRNmtoVQHjsCzY0orPzYyndqUZlGDvvSn5lNhcTHVW&__tn__=kC-R&eid=ARAeR3H2B7Rx-MpC0BRY0Vmmr7qUB0ibxdWIkYTIeuom4uhsqrPCdFXMDlZjlOF-Srqzjy8GA5XZazF7&hc_ref=ARS9qeFQMUyajstdU18i35ZeY438P9JeObjR-fb499__QCovY0LEyXdLdKbpYBrNzo4&ref=nf_target)» (спільнота у Facebook).

***Креативні інформаційні платформи*** (теле-, медіа платформи) – це інформаційне поле комунікаційної підтримки креативних проектів і програм, на якому користувачі можуть читати та обмінюватися інформацією та новинами, отримувати професійну консультацію, брати участь у тематичних конкурсах, проектах для студентів і молоді та ін.

***Довідково.*** *Як приклад наведемо інформаційну платформу*[*«Тепле Місто»*](https://warm.if.ua/about_us)*, що займається грантами, проектами з розвитку Івано-Франківська. Візія – прогресивне сучасне тепле місто з теплими людьми. Стратегічні напрямки: активізація мешканців, підсилення спроможності ініціатив, розвиток «теплого» бізнесу та ін.. Інший приклад – проект сфери креативної економіки – «The Village Україна» – інтернет-газета: все про культурне і громадське життя, сервіс, розваги, їжу та людей у Києві і в Україні*

Такі креативні осередки у містах задовольняють не лише естетичні потреби творчих містян, а й приваблюють підприємців, туристів, змінюють імідж самого місця, підвищуючи згодом його капіталізацію за рахунок концентрації підприємницької активності.

Отже, представлені форми просторової організації креативної індустрії мають спільні характеристики, які полягають у наступному:

– виконують функції сприяння, полегшення, забезпечення концентрації людського капіталу;

– допомагають налагодити співпрацю і комунікацію між окремими митцями, підприємцями та інвесторами, мешканцями міст, підприємствами креативної індустрії;

– сприяють доступу та обміну новими знаннями, ресурсами, що є критерієм успіху локалізації креативного сектору економіки.

Насамперед, такі характеристики притаманні великим містам-агломераціям, які, втративши лідерство у традиційній промисловості, можуть переходити на нові ресурси конкурентоспроможності: креативні індустрії, залучення і розвиток креативного класу, розміщення нових економічних активів на їх території та в приміській зоні. Це формує нову унікальність міста, сприяє зростанню його туристичної привабливості, мотивує до відвідин міста та бажання жити і працювати в ньому і, як наслідок, збільшується кількість робочих місць у креативній сфері та кількість інвестиційно привабливих об’єктів для трансформації у креативні простори.

Зазначимо, що у великих містах спостерігається вища щільність та концентрація креативних людей, яким притаманні певні особливості співпраці та тяжіння до неформальних мереж, вільного переміщення і фокусування на можливостях середовища для реалізації креативного потенціалу, а також формування нової спільноти. Тому деякі форми просторової організації креативної економіки притаманні власне лише високоурбанізованим територіям: креативні кластери, креативні квартали та центри, арт-галереї, шоу-руми, теле- і медійні платформи, спортивні та мистецькі ініціативи, культурні простори, антикафе та медіатеки, стартапи тощо [][[17]](#footnote-15).

Водночас із розвитком децентралізації в Україні та створенням об’єднаних територіальних громад (ОТГ), що вже сьогодні демонструють високу продуктивність використання наявних у громади ресурсів, варто розглядати необхідність залучення креативної індустрії до розвитку сільських громад, формування креативних просторів і сприяння диверсифікації економіки сільських територій, ОТГ шляхом децентралізації сфери культури. Такі заходи приваблюють креативний капітал, формують бізнес-культуру, сприяють удосконаленню корпоративної культури, соціалізації, дозволяють налагодити співпрацю.

1. Господарський кодекс України [↑](#endnote-ref-1)
2. Господарський кодекс України [↑](#endnote-ref-2)
3. Інноваційне підприємництво: креативність, комерціалізація, екосистема: навч. посібн. для вищих навчальних закладів / авт. кол.: Ю.М. Бажал, І.В. Бакушевич, У. Венесаар та ін. / за ред. д-ра екон. наук, проф. Ю.М. Бажала. – К.: Унів. вид-во ПУЛЬСАРИ, 2015. – 280 с. [↑](#footnote-ref-1)
4. Букацелі А.В. Креативне підприємництво як ресурс економіки [Електронний ресурс] / А.В. Букацелі // Ефективна економіка: електронне наукове фахове видання. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6\_2018/153.pdf. [↑](#footnote-ref-2)
5. Букацелі А.В. Креативне підприємництво як ресурс економіки [Електронний ресурс] / А.В. Букацелі // Ефективна економіка: електронне наукове фахове видання. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6\_2018/153.pdf. [↑](#footnote-ref-3)
6. Букацелі А.В. Креативне підприємництво як ресурс економіки [Електронний ресурс] / А.В. Букацелі // Ефективна економіка: електронне наукове фахове видання. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6\_2018/153.pdf. [↑](#footnote-ref-4)
7. Карнаух А. Підприємництво та культура: як це працює [Електронний ресурс] / А. Карнаух. – Режим доступу: https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/project-management/lecture-17-1. [↑](#footnote-ref-5)
8. Карнаух А. Підприємництво та культура: як це працює [Електронний ресурс] / А. Карнаух. – Режим доступу: https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/project-management/lecture-17-1. [↑](#footnote-ref-6)
9. Про інноваційну діяльність [Електронний ресурс]: Закон України №40-IV від 04.07.2002 р. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15. [↑](#footnote-ref-7)
10. Букацелі А.В. Креативне підприємництво як ресурс економіки [Електронний ресурс] / А.В. Букацелі // Ефективна економіка: електронне наукове фахове видання. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6\_2018/153.pdf. [↑](#footnote-ref-8)
11. <https://www.startupranking.com/> [↑](#footnote-ref-9)
12. Просторові форми організації бізнесу в Україні: тенденції, перспективи та механізми розвитку: наукова доповідь / НАН України; ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долішнього НАН України»; наук. ред. М.І. Мельник. – Львів, 2018. – 107 с. [↑](#footnote-ref-10)
13. Просторові форми організації бізнесу в Україні: тенденції, перспективи та механізми розвитку: наукова доповідь / НАН України; ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долішнього НАН України»; наук. ред. М.І. Мельник. – Львів, 2018. – 107 с. [↑](#footnote-ref-11)
14. *Антикафе* (також вільний простір, тайм-клуб, тайм-кафе) - тип громадських закладів соціального спрямування, основною характеристикою є оплата в першу чергу проведеного часу, до вартості якого входять різні смаколики, розваги і заходи. Основними функціями подібних закладів є робоча (аналог коворкінгу), розвиваюча (антикафе як місце проведення тренінгів та майстер-класів), розважальна (багато антикафе роблять акцент на настільних і відеоіграх) і творча (можливість самореалізації, наприклад, в рамках музичних або поетичних вечорів). [↑](#footnote-ref-12)
15. Мейкерспейс – це місце, де  можуть створювати проекти своїми руками або за допомогою техніки й розвивати свій креативний, інноваційний, підприємницький, науковий потенціал. Мейкери об'єднуються і створюють творчі майстерні. А бібліотеки можуть виділити простір для таких майстерень.  В ідеалі, Мейкерспейс - це відділ бібліотеки, в якому відвідувач може здійснювати свої проекти, скориставшись пристроями і програмами, наданими мейкерспейсом. [↑](#footnote-ref-13)
16. Просторові форми організації бізнесу в Україні: тенденції, перспективи та механізми розвитку: наукова доповідь / НАН України; ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долішнього НАН України»; наук. ред. М.І. Мельник. – Львів, 2018. – 107 с. [↑](#footnote-ref-14)
17. Просторові форми організації бізнесу в Україні: тенденції, перспективи та механізми розвитку: наукова доповідь / НАН України; ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долішнього НАН України»; наук. ред. М.І. Мельник. – Львів, 2018. – 107 с. [↑](#footnote-ref-15)