**Тема 7**

**ІНВЕСТИЦІЇ В КРЕАТИВНІЙ ЕКОНОМІЦІ**

7.1. Види та джерела інвестицій в креативній економіці

7.2. Стадії розвитку стартап-проекту та джерела його фінансування в сфері креативних індустрій

7.3. Інвестиційна привабливість галузей креативної економіки

**7.1. Види та джерела інвестицій в креативній економіці**

Інвестуючи капітал у розвиток креативних галузей, проектів і програм, економіка країни підвищує власний творчий потенціал, загальний рівень культури та, як наслідок, отримує прибуток завдяки створенню і використанню інтелектуальної власності.

Відповідно до Закону України «Про інвестиційну діяльність», ***інвестиціями*** визнаються всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в обʼєкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (доход) та / або досягається соціальний і екологічний ефект. *Такими цінностями можуть бути* [][[1]](#footnote-1)*:*

– кошти, цільові банківські вклади, паї, акції та інші цінні папери (крім векселів);

– рухоме та нерухоме майно (будинки, споруди, устаткування та інші матеріальні цінності);

– майнові права інтелектуальної власності;

– сукупність технічних, технологічних, комерційних та інших знань, оформлених у вигляді технічної документації, навичків і виробничого досвіду, необхідних для організації того чи іншого виду виробництва, але не запатентованих («ноу-хау»);

– права користування землею, водою, ресурсами, будинками, спорудами, обладнанням, а також інші майнові права;

– інші цінності.

Класифікація інвестиції в креативній економіці може розглядатися з різних аспектів: по-перше, за секторальною ознакою, і по-друге, як інноваційні фінансові інструменти та технології, які здатні обслуговувати як креативний, так і традиційний сектори економіки. Комбінація цих підходів значно посилює функціональність інвестування в сфері креативних індустрій (креативне інвестування), максимально адаптуючи його до потреб розвитку не окремих сегментів, а креативної економіки загалом (рис. 9) [][[2]](#footnote-2).

В цілому, звичайне управління інвестиціями в креативній та традиційній економіках нічим суттєво не відрізняється. Схожих рис набагато більше, ніж відмінностей, особливо в міру збільшення розміру бізнесу. В креативній економіці інвестиційний процес переважно зводиться до інвестицій у формування інформаційної компетенції та творчих здібностей, тобто до інвестицій у формування «економіки знань» та «економіки вражень», культури людського капіталу (професійних компетенцій) як основи нематеріальної та унікальної природи інтелектуальних активів. *Основними особливостями залучення інвестицій в сфері креативних індустрій* є [][[3]](#footnote-3):

– підприємства креативної економіки здебільшого працюють з об’єктами прав інтелектуальної власності (від музичних творів, дизайну і до способу представлення об’єктів), які потребують грошової оцінки у зв’язку з відсутністю прямої матеріальної застави;

– для інституційних інвесторів, які готові інвестувати в капітал культурно-мистецьких бізнесів (наприклад, приватного театру чи виробника дизайнерського одягу), складним питанням є оцінка частки в бізнесі, оскільки досить важко оцінити вартість креативного бізнесу, де сам товар або послуга та їх просування базуються на креативних рішеннях;

– більшість культурно-мистецьких індустрій мають гібридні бізнес-моделі (від продажу квитків або товарів до спонсорства, партнерських проектів, залучення грантів і ліцензування інтелектуальної власності), тому будь-яке фінансування таких організацій вимагає розуміння конкретної бізнес-моделі й оцінювання відповідних фінансових ризиків та прибутків.

**Джерела інвестицій**

Приватні

Державні

Міжнародні організації

Змішані

**Види інвестицій**

Грошові

вимоги

Валюта

Рухове та

нерухоме майно

Права на господарську діяльність

Цінні папери

Права інтелектуальної власності

Послуги

**Форми інвестицій**

Часткова участь у підприєм-ствах

Підприємство, яке на 100% є властістю інвестора

Придбання нерухомого майна

Права на

господарську

діяльність

**Цільова орієнтація інвестицій**

Портфельні

Прямі

**Природа інвестицій**

За технологією

За об’єктом

Традиційні індустрії

Креативні індустрії

Традиційні

Інноваційні

*Рис. 9. Систематизація інвестицій у креативній економіці* []*[[4]](#footnote-4)*

Отже, в традиційній та креативній індустріях ***обʼєктами інвестиційної діяльності*** можуть бути**:** будь-яке майно, в т. ч. основні фонди та оборотні кошти в усіх галузях економіки, цінні папери (крім векселів), цільові грошові вклади, науково-технічна продукція, інтелектуальні цінності, інші обʼєкти власності, а також майнові права [][[5]](#footnote-5). Складовими елементами ринку креативних індустрій є два ключових сегменти – творчі та науково-технічні інновації (рис. 10).

Об’єкти інвестування у креативних індустріях

Науково-технічні

Творчі

Культурні

Людські

Реклама та її окремі складові (рекламне рішення, слоган)

Архітектурні об’єкти (стилі, проекти, ескізи)

Художні твори (живопис, скульптура, графіка, модна колекція, бренд)

Ремісничі вироби, витвори народного мистецтва

Дизайн (ідея, задум, ескіз, проект, товарний знак тощо)

Медіа-продукти (сценарії, фільми, шоу, музика, вистава, концерти та ін.)

Видавничі твори (книги, журнали, рукописи, дитячі ігри)

Наукові дослідження і розробки (науково-технічна продукція, технологія, корисні моделі, ноу-хау, винахід, патент, знання та досвід)

Програмне забезпечення та відеоігри (комп’ютерні програми та ігри, бази даних, веб-сайти, мережі, сервіси та ін.)

Навчання, підвищення кваліфікації

Програми участі в управлінні проектами та прибутках

Розширені соціальні пакети для працівників

Колективні та локальні зони для роботи і відпочинку

Стажування та практика в провідних компаніях світу

*Рис. 10. Класифікація об’єктів інвестування в сфері креативних індустрій*

Відповідно до обʼєктів інвестування в креативній економіці виділяють такі ***види інвестицій***:

– *інноваційні (науково-технічні) інвестиції* – вкладання цінностей у нововведення, наукові дослідження та інформаційні технології, що спрямовані на створення нових матеріалів, продуктів, процесів, пристроїв, технологій, систем або їх вдосконалення в тих креативних індустріях, де результатами інтелектуальної діяльності є винаходи, корисні моделі, промислові зразки, раціоналізаторські пропозиції, товарні знаки щодо, які переважно лягають в область дії права промислової власності та закріплюються патентами, ліцензіями та іншими правами, в т.ч. й авторськими;

– *творчі інвестиції* – вкладення цінностей в обʼєкти творчої діяльності однієї людини або кілької осіб, зокрема, у науковій сфері, сфері культури і мистецтва, а також освіти. З огляду на це, даний вид інвестицій умовно поділяється на культурні та людські.

За джерелами походження інвестиції поділяють на державні, приватні, міжнародні та змішані (партнерські), в т. ч. власні, залучені та позикові. *Базова система фінансування креативних індустрій* представлена на рис. 11.

Система фінансового забезпечення креативних індустрій

Бюджетні кошти

Інвестиційні кошти

Кредитні кошти

Кошти державного бюджету

Кошти місцевого бюджету

Договірне інвестування

Інноваційне інвестування

Корпоративне інвестування

Лізингове інвестування

Концесійне інвестування

Банківське кредитування

Кредитування інноваційним фондом

Державне кредитування

Державно-приватне партнерство

Державні цільові програми

Самофінансування

Інші джерела фінансування

Меценатство

Спонсорство

Фантрайзінг

Краудфандінг

Рис. 11. *Система фінансового забезпечення функціонування*

*креативних індустрій* []*[[6]](#footnote-6)*

Розглядаючи основні складові системи фінансування креативних індустрій, відзначимо, що в більшості розвинених європейських країн бюджетне фінансування залишається однією з головних форм підтримки креативних індустрій. Модель державного фінансування формується в кожній країні на основі вибору методів, форм і механізмів фінансової політики.

***Державні інвестиції*** формуються з частини національного доходу у вигляді коштів державного бюджету та місцевих бюджетів, які вкладають в економіку для розвитку виробництва та соціальної сфери з метою забезпечення сталого економічного зростання. Державні інвестиції спрямовані переважно на фінансування державних (муніципальних) підприємств, бюджетних установ, рідше – недержавних інвестиційних об’єктів (проектів, програм, підприємств тощо), в т. ч. за рахунок кредитів, наданих під державні гарантії та інших форм державної підтримки для реалізації інвестиційних проектів. Для кожного об’єкту (проекту) обираються кількісні критерії, які відповідають стану відповідної галузі та значущості об’єкта для економіки країни. З метою забезпечення сприятливого та стабільного інвестиційного режиму держава встановлює державні гарантії захисту інвестицій, і тому такі об’єкти підлягають обовʼязковій державній експертизі.

В системі бюджетного фінансування велика увага приділяється не стільки прямому виділенню бюджетних коштів, скільки розробці системи пільг і кредитів для креативних індустрій. Досить ефективними інструментами фінансування розвитку культурно-мистецьких індустрій в Україні є податкові пільги, субсидії, податкові канікули і кредити, пільгові ставкі податку на додану вартість та ін. *Наприклад,* пільгові ставки оподаткування продакшин-компаній у вітчизняній кіноіндустрії стимулюють інвесторів вкладати кошти у виробництво нових фільмів, а зменшення податкових зобов’язань для інвесторів у малому креативному бізнесі сприяє розвитку цього сектора) [][[7]](#footnote-7). За рахунок *державного кредитування* здійснюється наданням бюджетних позик для фінансування через банківські установи на попередньо визначені цілі.

В Україні питанням регулювання інвестиційної діяльності переважно займаються департаменти, управління чи окремі відділи. Також при деяких адміністраціях створено окремі центри (агенції), ради вітчизняних та іноземних інвесторів, які займаються залученням інвестицій в економіку області. Агенції (агентства) регіонального розвитку є своєрідними «посередниками» між підприємцями, органами влади різних рівнів і громадськістю [][[8]](#footnote-8). Діяльність обласних адміністрацій щодо залучення інвестицій передбачає також організацію і проведення інвестиційних форумів (самітів) у межах відповідних областей.

На регіональному рівні, згідно із Законом України «Про місцеві державні адміністрації», регулювання інвестиційної діяльності здійснює обласна державна адміністрація через [][[9]](#footnote-9):

– залучення державних інвестицій;

– розроблення і реалізацію програм розвитку інвестиційної діяльності;

– внесення пропозиції про створення спеціальних (вільних) економічних зон;

– відбір інвестиційних проектів для реалізації на території регіону;

– створення максимально сприятливих умов для інвесторів;

– розгляд інвестиційних проектів у пріоритетних галузях економіки;

– сприяння в отриманні дозвільних документів для реалізації інвестиційного проекту;

– вирішення інших поточних питань реалізації цих проектів.

У низці областей розроблені регіональні програми сприяння залученню інвестицій та програми розвитку інвестиційної діяльності. В сфері креативної економіки запроваджено багато проектів і програм різного масштабу: від рівня ЮНЕСКО до муніципальних. *Грантова підтримка держави* – це пріоритетний спосіб підтримки винахідників, творців, митців і суспільства в сфері культури, науки та технологій. Таким чином, держава стимулює науково-дослідну, творчу, культурну та інноваційну активність за обраними пріоритетами в інтересах всього суспільства.

Враховуючи обмеженість бюджетних коштів, важливим напрямом інвестиційної політики держави є подальший розвиток *приватно-державного партнерства*. Роль держави зводиться до побудови моделей змішаного партнерства у фінансуванні та підтримці проектів і програм, що мають історико-культурне та інноваційно-технологічне значення для регіонів і країни в цілому, а завданням бізнес-структур – їх пристосування до практичного використання. Це повʼязано насамперед з тим, що багато обʼєктів креативної економіки, зокрема тих, що відносяться до культурної спадщини, потребують реставрації, значних інвестицій, повʼязаних з їх утриманням, а також ефективним регіональним управлінням [][[10]](#footnote-10).

Перевага такої форми фінансування полягає в зниженні навантаження на бюджет, в т. ч. й місцевий, консолідації фінансових ресурсів з різних джерел і витрачання їх відповідно до потреб регіонального розвитку.

Залучення інвестицій приватного сектора стає одним із фінансових важелів для забезпечення збереження як індустрій культурної спадщини, так і розвитку індустрій іннноваційно-креативних послуг. ***Приватні інвестиції*** формуються із коштів підприємств, організацій, громадян, включаючи як власні, так і залучені.

*Власні кошти* компаній або засновників, у багатьох випадках, є основним джерелом фінансування нових проектів та окремих підприємницьких структур, а подальший розвиток бізнесу забезпечується за рахунок рефінансування одержуваного прибутку.

***До власних коштів компаній або засновників відносять:***

*1. Статутний капітал* – це величина інвестиційних внесків, які первісно були внесені його засновниками (учасниками).

*2. Пайовий капітал* – це сукупність коштів фізичних і юридичних осіб, добровільно розміщених для здійснення їх господарсько-фінансової діяльності.

*3. Додатковий капітал* – це інший капітал, вкладений учасниками товариства або одержаний у процесі господарської діяльності підприємства внаслідок дооцінки активів, безоплатного отримання необоротних активів, іншого додаткового капіталу.

***4. Нерозподілений прибуток –*** це частина чистого прибутку, яка не розподіляється, а утримується підприємством, як правило, з метою реінвестування в його діяльність; залишається у підприємства після виплати доходів власникам і формування резервного капіталу.

В свою чергу, інвестування за рахунок внесків вітчизняних і зарубіжних інвесторів може здійснюватися в різних формах залежно від типу інвестора, його мети та ступеня ризику, на який він готовий йти. До таких інвестицій включають:

*1. Акціонерні інвестиції* – це інвестиції, які формуються за рахунок пайових внесків і продажу акцій фізичним і юридичним особам, а також за рахунок розподілу частини прибутку, що направляється для збільшення акціонерного капіталу. Стратегічний інвестор зазвичай зацікавлений у придбанні великого пакета акцій для того, щоб брати участь в управлінні або отримати контроль над компанією. Інвестор вважає інвестиції в акції як довгострокову стратегію максимізації свого майна.

*2. Банківське кредитування.* Світова практика показує досить позитивний досвід залучення кредитних коштів для фінансування креативних індустрій. Однак стан ринку кредитування в Україні під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників, спровокованих затяжною фінансовою кризою, нестабільністю суспільно-політичної ситуації, не дозволяє в повній мірі задовольнити потреби креативного сектору в кредитних коштах. Це повʼязано з тим, що загальні негативні тенденції розвитку кредитного ринку призвели до зростання вартості кредитних коштів і посилення кредитних ризиків.

3. Венчурне інвестування (venture capital, VC) – надання коштів на довгий термін молодим компаніям, що знаходяться на ранній стадії розвитку, в обмін на частку в цих компаніях. При цьому, найчастіше, інвестори беруть активну участь в керуванні компанією, входячи до ради директорів і консультуючи щодо слушності прийняття тих або інших рішень. Венчурний капітал є фінансовою ланкою інноваційної інфраструктури, що об’єднує носіїв фінансового капіталу і носіїв технологій, і саме він вирішує проблему фінансової недостатності в секторі стартових інноваційних проектів.

*4. Прямі іноземні інвестиції* – це поширений тип інвестицій, що передбачає цілеспрямоване вкладання коштів з постійною участю і контролем інвестора в інвестиційному проекті. Прямі іноземні інвестиції здійснюються у формі:

– дочірньої компанії – реєструється як самостійна компанія і має статус юридичної особи з власним балансом. Контролює її материнська компанія, яка володіє частиною акцій або всім капіталом;

– асоційованої (змішаної) компанії – відрізняється від дочірньої меншим впливом материнської фірми, якій належить суттєва, але не основна частина акцій;

– відділення компанії – не є самостійними компаніями та юридичними особами і на всі 100% належать материнській фірмі. Відділення можуть мати форму представництва головної компанії за кордоном, партнерства, у т. ч. і з місцевими підприємцями, рухомого майна, що належить головній компанії і функціонує за кордоном не менше 1 року;

– спільне підприємство – це організаційно-правова форма поєднання зусиль партнерів різних країн з метою здійснення спільної підприємницької діяльності;

– стратегічні альянси – довірчі довгострокові взаємовигідні відносини між фірмами, що дозволяють кожній з них ефективно досягати довгострокових цілей, координувати та оптимізувати використання спільних ресурсів і мінімізувати трансакційні витрати. Цілі в стратегічних альянсів різні, але найчастіше – це об’єднання наукового потенціалу корпорацій, виробниче кооперування і розподіл ризиків [][[11]](#footnote-11).

Прямими інвесторами можуть бути як окремі компанії, так і приватні особи, які мають достатньо коштів, щоб вкладати їх у розвиток бізнесу. Здійснювати прямі інвестиції можна як самостійно, так і через інвестиційні фонди. Як правило, це довгострокові інвестиції, прибуток від яких можна отримати тільки через кілька років.

*5. Портфельні інвестиції* – це форма інвестування, яка передбачає придбання цінних паперів, наприклад, у вигляді акцій, для отримання доходу. Портфельний інвестор не бере участі в процесі управління тими підприємствами, акції яких він придбав. На відміну від прямого інвестування, портфельне найчастіше націлене на отримання прибутку в короткостроковій або середньостроковій перспективі.

*6.* *Інвестиції через розвиток контрактних форм співробітництва, зокрема* []*[[12]](#footnote-12):*

– експорт-імпорт – торгівля товарами та послугами;

– ліцензування – купівля-продаж права на нематеріальну власність (патенти, авторські права, програми, торгові марки, ноу-хау) на певний період;

– франчайзінг – це передача продавцем (франшизером) права на використання своєї торгової марки покупцю (франшизі);

– контракти на управління – є засобом, за допомогою якого фірми можуть надіслати частину свого управлінського персоналу для надання підтримки фірмі в іншій країні або надання спеціалізованих управлінських функцій на певний період за встановлену плату.

*7. Гранти* є однією з форм фінансування проектів креативної економіки, які спрямовуються на визначені цілі підтримки та розвитку цього сектору, в т. ч. на стипендії в навчанні, експертну (консультативну) допомогу, надання технології, обладнання тощо. *Гранти для бізнесу* – допомога бізнес-клієнтам у залученні коштів на розвиток власної справи, консультації, зустрічі, експертні оцінки, пошук можливостей фінансування та робота з грантовими заявками із залученням відповідних експертів.

Фондами надання грантів можуть бути державні установи різних країн, міжнародні організації, приватні благодійні фонди, комерційні структури, релігійні, наукові та інші громадські некомерційні організації, які володіють первинним капіталом (або вкладом) та надають підтримку або допомогу в благодійній, освітній, культурній, релігійній та інших видах діяльності, що приносить користь громадськості та фінансує, насамперед, інші некомерційні організації. *Наприклад*, Програма ЄС «Культура і креативність» пропонує вітчизняним культурно-мистецьким організаціям презентувати свої проекти за переліком пропонованих грантів.

*8.* *Альтернативні види інвестицій.* Часто в системі фінансування культурного розвитку, поряд із державним і приватним фінансуванням, велика увага приділяється альтернативним джерелам: спонсорству, меценатству, добродійності та ін.[[13]](#footnote-13). До альтернативних видів інвестицій включають:

*8.1)* *пряме кредитування* – кредитування культурно-мистецьких бізнесів фізичними особами (наприклад, друзями, родичами, колегами тощо);

*8.2)* *колективне фінансування капіталу* – залучення власників бізнесів через платформи колективного фінансування, а саме:

– краудфандінг або народне фінансування – зазвичай застосовується до соціальний проектів, винаходів, інновацій та інших креативних проектів, які здатні привернути увагу людини та несуть в собі певну культурну чи соціальну цінність;

– фандрайзінг – основна його відмінність від краудфандінгу полягає у тому, що на базі таких платформ можна залучити не тільки фінансові ресурси, а й інші ресурси (людські, матеріальні, інформаційні тощо);

*8.3)* *фінансування за винагороду* – коли донори проектів отримують певну матеріальну винагороду (квитки, книжки та ін.);

*8.4)* *доброчинне фінансування –* донори проекту не очікують жодної матеріальної винагороди, а вкладають кошти лише в ідею. Такими основними формами фінансування є [][[14]](#footnote-14):

*–* меценатство – форма благодійності, що здійснюється добровільно, безкорисливо та усвідомлено фізичними або юридичними особами приватного права, і виражається через особисту та / або майнову допомогу в сферах освіти, культури та мистецтва, охорони культурної спадщини, науки та наукових досліджень;

– корпоративна філантропія – вид донорства, що передбачає отримання вигод у формі репутаційних переваг;

– спонсорство – результатом підтримки проектів є прямі комерційні переваги для спонсора, пов’язані, насамперед, із рекламою.

*8.5)* *інші моделі:* бізнес-інкубатори, програми підтримки (субвенції, конкурси бізнес-планів і т. д.).

Альтернативні джерела фінансування доцільно використовувати як джерела інвестицій на початкових етапах створення проекту (компанії) за умови поєднання з іншими, з метою уникнення необхідності ділитися вагомою часткою в компанії. Обрання інвестора залежить, насамперед, від стадії розвитку компанії і від цільового ринку.

**7.2. Стадії розвитку стартап-проекту та джерела його фінансування**

Для успішного створення та розвитку проектів типу *StartUp* необхідне сприятливе середовище та ефективна екосистема. *Екосистема стартапів* формується людьми, стартапами на різних етапах життєвого циклу та різними локальними організаціями (фізичними чи віртуальними), які взаємодіють між собою як система для створення і масштабування нових стартап-компаній. До таких організацій можуть бути віднесені: університети, компанії-інвестори (бізнес-янголи, венчурні фонди, краудфандінгові платформи та ін.), підтримуючі організації (інкубатори, акселератори, майданчики для співпраці і т. д.), дослідницькі організації, сервісні компанії, наприклад, юридичні та інші. Компоненти екосистем пов’язані між собою активними комунікаціями, участю у спільних заходах, подіях, завдяки чому формується складна мережа взаємодій між стартапами, організаціями та довкіллям [][[15]](#footnote-15).

Щоб створити ефективну екосистему підтримки стартапів, необхідна інтенсивна довгострокова робота. Навіть за умов суттєвих інвестицій і стійкого бажання, повторити успішні екосистеми Силіконової долини чи Нью-Йорку дуже важко, адже їхня інфраструктура формувалася понад 30 років. Досвід Сінгапуру показує, що економічні реформи з лібералізації законодавства в сфері підприємництва та фінансів у середині 90-х років дали свої результати тільки в 2010-х рр. Винятком є лише Пекін, який у 2010 р. розпочав реформу вищої освіти, що призвело до якісного переформування 70-ти пекінських технічних університетів, а з 2015 р. держава в рамках програми підтримки стартапів, виділила 231 млрд. дол. інвестицій на їх розвиток. В результаті екосистема Пекіна вже має 40 «єдинорогів» – так називаються стартапи, ринкова вартість яких перевищує 1 млрд дол. [][[16]](#footnote-16).

Кожен стартап, варто розглядати як проект, який має певні етапи свого розвитку (рис. 12) [].

Проект

Продукт проекту

Термін реалізації проекту

Місія

2

Час

3

Інноваційна бізнес-ідея

5

Цінність

1

Унікальні властивості

4

*Рис. 12. Сучасний проект і його відмінні риси*

Проект (з лат. *projectus* – задуманий наперед) – це тимчасова діяльність, яка здійснюється з метою створення унікального продукту чи послуги. Проект передбачає виконання сукупності дій, в яких людські, матеріальні та фінансові ресурси організовані для виконання унікального набору робіт певного змісту в умовах обмеженої вартості і часу.

Основні відмінні риси проекту в сучасному розумінні включають (*рис.12*): створення цінності (1) в рамках конкретної місії (2) конкретної соціально-економічної системи (3). Системою може виступати як окрема людина, так і група людей, громада, організація, місто, район, регіон, держава тощо. Слід розуміти, що цінність створює не сам продукт проекту, а його унікальні властивості (4), які проявляються в процесі використання цього продукту. Інновації стають основою бізнес-ідеї будь-якого проекту (5).

З метою визначення джерел фінансування стартап-проекту здійснюється його поділ на умовні етапи. Поділ на етапи є приблизний і залежить від мети та спрямованості стартапу, від сфери його діяльності та інших критеріїв, які будуть впливати на швидкість розвитку, і на кількість та рівень інвестицій в стартап. Найчастіше згадується скорочена класифікація стадій розвитку стартапів, згідно з якою стартап проходить в своєму розвитку 5 стадій [][[17]](#footnote-17):

***1. Посівна стадія (seed stage)*** – це стадія появи ідеї. Деколи цю стадію розділяють на дві: *pre-seed* і *seed*.

*Серед особливостей цього етапу відзначають:*

– зародження ідеї, в основі якої лежить інноваційний продукт, послуга, технологія тощо;

– формування команди однодумців, помічників, які вірять в успішність своєї діяльності;

– розроблення приблизного плану розвитку ідеї;

– апробування прототипу продукту, послуги, технології, якщо він вже створений;

– розгляд варіантів пошуку інвесторів.

*Джерелами фінансування стартап-проекту на цій стадії (обсяг витрат та інвестиційні потреби обмежені) можуть бути:*

– використання правила фінансування: *3F* *(Family, Friends, Fools):* власні заощадження, кошти друзів, кошти родини чи партнерів;

– користування послугами бізнес-інкубатора;

– участь у конкурсах, які підтримують інноваційне підприємництво;

– пошук бізнес-ангелів, які спеціалізуються на інвестуванні в ранні етапи розвитку стартапу.

***2. Стадія запуску (startup stage)*** – завдання стартаперів на цій стадії повʼязані з налагодженням системи просування продукту та пошуком джерел фінансування.

*До особливостей цього етапу відносять:*

– існує робоча модель продукту, яка постійно вдосконалюється;

– створено злагоджену команду з чітко розподіленими функціями кожного її члена;

– складено детальну стратегію просування проекту на ринок;

– оформлено юридичну особу;

– зроблено перші кроки в рекламі та пошуку інвесторів;

– формуються постійні витрати на оплату праці членів команди, оренду та утримання офісу, рекламу та ін.

*Джерелами фінансування (обсяг витрат та інвестиційні потреби зростають) можуть бути:*

– пошук бізнес-ангелів або інвестиційних компаній, які спеціалізуються на інвестуванні у ранні етапи розвитку стартапу;

– послуги бізнес-інкубатора та акселератора;

– участь у хакатонах і конкурсах, які підтримують інноваційне підприємництво та стартап;

– гранти і програми;

– краудфандінг та ін.

***3. Стадія зростання (growth stage)*** – завданням стартаперів на цьому етапі стає остаточне формування продукту, послуги, технології, виправлення виявлених дефектів, тобто доведення його до ідеального стану.

*Особливостями цього етапу розвитку стартапу є:*

– функціонування діючої компанії, яка приносить прибуток;

– вихід на ринок і закріплення на ньому;

– формування попиту та популярності серед користувачів продукту;

– продовження просування товару на ринку, інвестування коштів у рекламу з метою збільшення доходу або розширення кола користувачів.

*Джерелами фінансування стартап-проекту на цій стадії (обсяг витрат та інвестиційні потреби великі) можуть бути:*

– послуги бізнес-акселератора;

– приватне інвестування;

– банківське кредитування;

– венчурне фінансування.

***4. Стадія розширення (expansion stage)*** – це стадія, коли компанія має завершений функціональний продукт, що приносить постійний прибуток.

*Особливості цього етапу:*

– сформована маркетингова стратегія;

– компанія готова до масштабування, тобто збільшення обсягів продажу, розповсюдження в суміжних сферах діяльності або залучення масового кола споживачів;

– формується мережа збуту;

– збільшується кількість і якість реклами для залучення користувачів в *Internet*;

– формується стратегія інвестиційних відносин з партнерами.

*Джерелами фінансування (обсяг витрат та інвестиційні потреби стратегічно великі) можуть бути:*

– пошук приватного інвестора та продаж контрольного пакету акцій за умови виходу засновника;

– утворення структури капіталу компанії за умови збереження частки засновника;

– приватні інвестиції – за умови продажу компанії (проекту);

– інвестиції з венчурних або інвестиційних компаній;

– укладання контрактів на реалізацію товару, послуги, технології;

– банківське кредитування.

***5. Стадія «виходу» (exit stage),*** що по суті фіксує момент перетворення стартап-проекту на серйозний бізнес.

*Серед особливостей цього етапу розвитку стартапу виокремлюють:*

– створення прибуткового діючого бізнесу;

– компанія займає на ринку лідируюче або близьке до нього місце;

– формування портфелю інвестиційного капіталу;

– компанія починає випуск акцій, які приносять дохід її засновникам.

*Джерелами фінансування (обсяг витрат та інвестиційні потреби сталі) можуть бути:*

– інвестиційний дохід від продажу готового бізнесу;

– ранній інвестиційний дохід, тобто інвестори, які інвестували на ранніх стадіях приймають рішення про продаж своїх часток;

– інвестиційний дохід у вигляді дивідендів;

– формування бізнес-моделі інвестиційного розвитку.

Названі етапи розвитку стартап-проекту та джерела його фінансування наведено в табл. 18 [][[18]](#footnote-18).

*Таблиця 18*

Етапи розвитку стартап-проекту та основні джерела його фінансування

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № з/п | Стадія розвитку стартапу | Опис стадії  | Джерела фінансування |
| 1. | Посівна стадія *(seed stage)* | У компанії є концепція, ідея продукту, але відсутній готовий продукт; виконуються роботи зі створення прототипу | Власні заощадження; *3F* (сімʼя, друзі, власні кошти); програми акселерації та бізнес-інкубатори. |
| 2. | Стадія запуску *(startup stage)* | У компанії є пілотна версія продукту чи перша версія для демонстрації; здійснюється тестування продукту | Власні кошти; кошти бізнес-ангелів; краудфандінг. |
| 3. | Стадія зростання *(growth stage)* | Продукт компанії готовий до виходу на ринок; тестується попит на нього у фокус-групі | Великий інвестор або інвестиційна компанія. |
| 4. | Стадія розширення *(expansion stage)* | Продукт прийнятий ринком; спостерігається швидке зростання продажів продукту та його попиту | Розподіл часток між інвесторами; за потребою можливе залучення додаткових коштів. |
| 5. | Стадія «виходу» *(exit stage)* | Компанія трансформується в значну організацію, що має ознаки публічної компанії | Випуск акцій; інвестори отримують доходи у вигляді дивідендів або через продаж своїх часток у бізнесі. |

Оцінюючи будь-які інвестиції, потрібно врахловувати можливі ризики, повʼязані з частковою або повною втратою інвестованих коштів. Основним ризиком при впровадженні стартап-проектів є втрата інвестованих коштів, але не менш важливішими можуть бути такі ризики, як втрата конкурентних переваг, додаткові витрати, повʼязані з неефективною організацією бізнес-процесів та ін.

**7.3. Інвестиційна привабливість проектів і програм креативної економіки**

Традиційне поняття «інвестиційна привабливість» означає наявність таких умов інвестування, які впливають на переваги інвестора у виборі того чи іншого обʼєкта інвестування. ***Обʼєктом інвестування*** може виступати окремий проект, підприємство в цілому, корпорація, місто, регіон, країна. Обʼєкт кожного рівня (і, відповідно, його інвестиційна привабливість) має власний набір значимих властивостей [] [[19]](#footnote-19).

Для інвесторів пріоритетними є ті об’єкти, які мають високий інноваційний потенціал, здатні генерувати приріст прибутку та підвищувати рентабельність капіталу. Креативні індустрії, як об’єкт інвестування, приваблюють інвестора не лише фінансовими результатами, а й привабливими умовами для створення найсучаснішого інноваційного та технологічного бізнесу, який заснований на невичерпному людському капіталі. Розвиток культурних ініціатив і креативного капіталу має ефект, більший ніж просто економічна вигода, заснована на виробленні, поширенні та споживанні культурних продуктів і послуг, а й впливає на згуртованість суспільства, сприяє формуванню соціального капіталу й культурного різноманіття міста.

Для оцінки інвестиційної привабливості об’єктів креативної економіки застосовуються загальні та спеціальні показники.

До *загальних включають показники*, які характеризують інвестиційний потенціал та інвестиційний ризик реалізації проекту. *Інвестиційний потенціал* характеризується сукупністю макроекономічних показників (темпи економічного зростання, співвідношення споживання і заощаджень, ставка позичкового відсотка, норма прибутку, рівень і динаміка інфляції, споживчий попит населення), наявністю і співвідношенням факторів виробництва, розвиненістю інфраструктури. *Інвестиційний ризик* характеризується рівнем невизначеності прогнозу щодо одержання прибутку від інвестицій. Найважливішими показниками, за якими визначається ризик прямих інвестицій, є: внутрішні заворушення, зовнішні конфлікти, можливість експропріації, застосування економічних санкцій з політичних або економічних мотивів.

*Спеціальними є показники*, які відображають стан та перспективи розвитку креативного сектору економіки, в тому числі в розрізі окремих його складових, наприклад: розвиток культурної інфраструктури, рівень державної підтримки креативних заходів, наявність креативного класу, підприємництво та інновації в креативних індустріях тощо.

Для узагальненої кількісної оцінки інвестиційної привабливості об’єктів креативної економіки може бути застосовано методологію апробаційного дослідження аналітичного центру CEDOS «Індекс культурного та креативного потенціалу міст України» [] [[20]](#footnote-20).

***Використовуючи цей підхід, можна здійснити оцінювання інвестиційної привабливості креативних галузей економіки за окремими регіонами у розрізі чотирьох критеріїв та відповідних груп показників:***

1. ***культурна інфраструктура:***

– кількість театрів на 100 тис. населення;

– кількість музеїв на 100 тис. населення;

– кількість масових та універсальних бібліотек на 100 тис. населення;

– кількість мистецьких галерей на 100 тис. населення;

– кількість нерухомих памʼяток місцевого та національного значення;

– кількість концертів, вистав, інших заходів виконавчого мистецтва, що відбувалися в місті протягом року;

– річна кількість відвідувань театрів на 1 тис. населення;

– річна кількість відвідувань музеїв на 1 тис. населення;

1. ***економічний розвиток креативної сфери:***

– чисельність зареєстрованих самозайнятих (фізичних осіб – підприємців або осіб, які провадять незалежну професійну діяльність) у креативній економіці, на 100 тис. населення;

– чисельність студентів, які вступили на культурні та креативні спеціальності в досілджуваному періоді, на тис. населення;

– середньомісячні витрати домогосподарств на відпочинок і культуру в місяць;

– субʼєктивна оцінка купівельної спроможності сімʼї, від 1 до 6;

– кредити, надані нефінансовим корпораціям у галузі «Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок» (залишки на кінець року) на одного зайнятого в сфері;

– кількість патентів на 100 тис. населення області;

***3) регіональна політика та сприятливі умови***:

– кількість великих міжнародних фестивалів у місті;

– кількість коворкінгів і хабів на 100 тис. населення;

– частка випускників, зарахованих у заклади вищої освіти з прохідним балом понад 180;

– значення рейтингу прозорості 100 найбільших міст Transparency International, кількість набраних балів зі 100;

– наявність бюджету участі в місті;

– кількість громадських обʼєднань, що мають такі спрямування: творчі обʼєднання, освітні та культурно-виховні обʼєднання, обʼєднання охорони памʼятників історії та культури, на 100 тис. населення;

– великі події-форуми, що обʼєднують культурних і креативних діячів;

***4) перспективи розвитку креативної галузі***:

– субʼєктивна оцінка експертів рівня розвитку креативних ініціатив і підприємств, середня оцінка стратегій розвитку міст;

– субʼєктивна оцінка рівня можливостей різноманітно проводити дозвілля у місті;

– субʼєктивна оцінка містянами рівня якості закладів культури.

Для розрахунку показників пропонується використовувати методику дослідження, що описана та представлена в Додатку А, а також власні соціологічні дослідження [][[21]](#footnote-21).

Узагальнений показник привабливості окремих галузей креативної економіки розраховується за формулою 2:

 , (2)

де  – аналітичний показник галузі;

 – значимість цього показника.

*Значимість (вага)* кожного показника при розрахунку узагальнюючого розраховують на основі даних експертного опитування методом попарних порівнянь, згідно з яким будується множина матриць попарних порівнянь.

Попарні порівняння проводяться у розгляді переваг (домінування) одного елемента над іншим. У загальному вигляді матриця попарних порівнянь формується таким чином (табл. 19).

*Таблиця 19*

Матриця попарних порівнянь показників

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Показник 1 | Показник 2 | Показник 3 | Всього |
| Показник 1 |  | х12 | х13 | Х1 |
| Показник 2 | х21 |  | х23 | Х2 |
| Показник 3 | х31 | х32 |  | Х3 |
| Всього |  |  |  | У |

В кожній клітинці порівнюється значимість показника: якщо показник, що знаходиться у рядку, важливіший за той, що знаходиться у стовпці, то ставиться оцінка 2. Якщо показник, що знаходиться у рядку, менш важливий за той, що знаходиться у стовпці, то ставиться оцінка 0. Якщо показники рівноважливі – 1.

Після заповнення всієї матриці знаходиться сума оцінок по рядках і стовпчиках. Вагу кожного показника розраховують за формулою 3:

 , (3)

де  – сума оцінок у відповідному рядку;

 – сума всіх оцінок.

На основі кількісної оцінки розглянутих синтезованих показників (отриманих за сумою їхньої рангової значимості) розраховують ***інтегральний показник оцінки інвестиційної привабливості креативної сфери регіону***, у т. ч. в розрізі окремих креативних індустрій.

*Інтегральний показник оцінки інвестиційної привабливості* *креативної галузі* при прийнятті інвестиційних рішень розраховують як суму добутків рангового значення кожного синтезованого показника помноженого на його значимість (у відсотках) (формула 4):

 , (4)

де  – узагальнений показник привабливості окремої галузі креативної економіки;

 – значимість цього показника.

Експериментально (з урахуванням думок інвестиційних менеджерів) визначено такі величини значимості кожного синтезованого показника в сукупній оцінці інвестиційної привабливості креативної галузі (табл. 20):

*Таблиця 20*

Величини значимості синтезованих показників у сукупній оцінці інвестиційної привабливості креативної галузі

|  |  |
| --- | --- |
| Структура оцінки | Значення, % |
| 1. Культурна інфраструктура | 25 |
| 2. Економічний розвиток креативної сфери | 30 |
| 3. Регіональна політика та сприятливі умови | 25 |
| 4. Оцінка перспектив розвитку креативної галузі | 20 |

За значенням розрахованого інтегрального показника визначають конкретне місце креативної індустрії, з міркувань її інвестиційної привабливості, в загальному складі економіки регіону.

Всі галузі креативної економіки за рівнем інвестиційної привабливості можна згрупувати в кілька груп, зокрема:

* *перша група* – галузі пріоритетної інвестиційної привабливості – ефективність в галузі на 35–40% вища, ніж по регіону в цілому;
* *друга група* – галузі досить високої інвестиційної привабливості – ефективність на 15–20% вища, ніж по регіону в цілому;
* *третя група* – галузі середньої інвестиційної привабливості – ефективність на рівні показника по регіону;
* *четверта група* – галузі низької інвестиційної привабливості – ефективність на 20–30% нижча, ніж по регіону в цілому.

Рейтинг інвестиційної привабливості за допомогою системи показників інтегровано характеризує умови інвестування для стратегічного інвестора та розкриває як потенціал регіону, так і способи його використання, що відбиваються в характеристиці ризиків конкретної програми чи проекту креативних індустрій.

1. Про інвестиційну діяльність [Електронний ресурс]: Закон України №1560-XII від 18.09.1991 р. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12. [↑](#footnote-ref-1)
2. Лук’яненко Д. Ідентифікація креативних інвестицій в глобальній економіці / Д. Лук’яненко, М. Бурмака, Т. Галахова // [Міжнародна економічна політика](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9625362). – 2016. – №2. – С. 7–20. [↑](#footnote-ref-2)
3. Кізима Т.О. Фінансове забезпечення розвитку культурно-мистецьких індустрій в Україні / Т.О. Кізима // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Економіка. – 2017. – №6. – С. 47–51. [↑](#footnote-ref-3)
4. Лук’яненко Д. Ідентифікація креативних інвестицій в глобальній економіці / Д. Лук’яненко, М. Бурмака, Т. Галахова // [Міжнародна економічна політика](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9625362). – 2016. – №2. – С. 7–20. [↑](#footnote-ref-4)
5. Про інвестиційну діяльність [Електронний ресурс]: Закон України №1560-XII від 18.09.1991 р. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12. [↑](#footnote-ref-5)
6. Вахович І. Розвиток креативних індустрій: регіональний вимір: монографія / І. Вахович, О. Чуль. – Луцьк: Вежа-Друк, 2014. – 288 с. [↑](#footnote-ref-6)
7. Кізима Т.О. Фінансове забезпечення розвитку культурно-мистецьких індустрій в Україні / Т.О. Кізима // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Економіка. – 2017. – №6. – С. 47–51. [↑](#footnote-ref-7)
8. Федорчак О.В. Державне управління інвестиційною діяльністю на регіональному рівні в Україні: проблеми та напрями вдосконалення / О.В. Федорчак // Актуальні проблеми державного управління. – 2017. – №2. – С. 103–111. [↑](#footnote-ref-8)
9. Федорчак О.В. Державне управління інвестиційною діяльністю на регіональному рівні в Україні: проблеми та напрями вдосконалення / О.В. Федорчак // Актуальні проблеми державного управління. – 2017. – №2. – С. 103–111. [↑](#footnote-ref-9)
10. Вахович І. Розвиток креативних індустрій: регіональний вимір: монографія / І. Вахович, О. Чуль. – Луцьк: Вежа-Друк, 2014. – 288 с. [↑](#footnote-ref-10)
11. Данілов О.Д. Інвестування: навч. посібн. / О.Д. Данілов, Г.М. Івашина, О.Г. Чумаченко. – Ірпінь, 2001. – 377 с. [↑](#footnote-ref-11)
12. Данілов О.Д. Інвестування: навч. посібн. / О.Д. Данілов, Г.М. Івашина, О.Г. Чумаченко. – Ірпінь, 2001. – 377 с. [↑](#footnote-ref-12)
13. Вахович І. Розвиток креативних індустрій: регіональний вимір: монографія / І. Вахович, О. Чуль. – Луцьк: Вежа-Друк, 2014. – 288 с. [↑](#footnote-ref-13)
14. Кізима Т.О. Фінансове забезпечення розвитку культурно-мистецьких індустрій в Україні / Т.О. Кізима // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Економіка. – 2017. – №6. – С. 47–51. [↑](#footnote-ref-14)
15. Ситник Н.І. Екосистема стартапів як складова інноваційної екосистеми / Н.І. Ситник // Бізнес Інформ. – 2017. – №8. – С. 89–94. [↑](#footnote-ref-15)
16. Баб’ячок Р.І. Основні тенденції розвитку стартапів в Україні – проблеми, перешкоди і можливості [Електронний ресурс] / Р.І. Баб’ячок, І.І. Кульчицький. – Режим доступу: https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Osnovni-tendentsiyi-rozvytku-startapiv-v-Ukrayini-1-1.pdf. [↑](#footnote-ref-16)
17. Баб’ячок Р.І. Основні тенденції розвитку стартапів в Україні – проблеми, перешкоди і можливості [Електронний ресурс] / Р.І. Баб’ячок, І.І. Кульчицький. – Режим доступу: https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Osnovni-tendentsiyi-rozvytku-startapiv-v-Ukrayini-1-1.pdf. [↑](#footnote-ref-17)
18. Баб’ячок Р.І. Основні тенденції розвитку стартапів в Україні – проблеми, перешкоди і можливості [Електронний ресурс] / Р.І. Баб’ячок, І.І. Кульчицький. – Режим доступу: https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Osnovni-tendentsiyi-rozvytku-startapiv-v-Ukrayini-1-1.pdf. [↑](#footnote-ref-18)
19. Николаев В.П. Проблемы рейтинговой оценки инвестиционной привлекательности: внутрирегиональный аспект / В.П. Николаев, Ю.В. Орловская, Е.Г. Чумакова. – Днепропетровск: Наука и образование. 2003. – 98 с. [↑](#footnote-ref-19)
20. Методологія апробаційного дослідження «Індекс культурного та креативного потенціалу міст України». – К.: Аналітичний центр CEDOS, 2018. – 31 c. [↑](#footnote-ref-20)
21. Методологія апробаційного дослідження «Індекс культурного та креативного потенціалу міст України». – К.: Аналітичний центр CEDOS, 2018. – 31 c. [↑](#footnote-ref-21)