

Соломніков І. В.

*кандидат економічних наук, старший викладач
кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом
Українського державного університету залізничного транспорту*

Островерх Г. Є.

*асистент кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом
Українського державного університету залізничного транспорту*

Нестеренко Д. С.

*магістр
Українського державного університету залізничного транспорту*

Solomnikov Ivan

*PhD in Economics, Senior Instructor
at Department of Economics and Management
of Production and Commercial Business
of the Ukrainian State University of Railway Transport*

Ostroverkh Hanna

*Assistant Lecturer of the Department of Economics and Management
of Production and Commercial Business
of the Ukrainian State University of Railway Transport*

Nesterenko Daryna

*Master
of the Ukrainian State University of Railway Transport*

ТВОРЧЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

Анотація. Поняття творчості є містким, що допомагає скористатися перевагами підприємництва та використувати нейтральні можливості для сприяння, таким чином, економічному зростанню. Поруч із цим основним аргументом неокласичної теорії, яка ігнорує роль підприємництва у зростанні, у цій статті зазначається, що творче підприємництво повинно бути включено як фактор економічного зростання країни. Прихильність творчості до підприємницької діяльності концентрується на чинниках, що впливають на економічне зростання, а також на пізнанні того, як ця процедура впливає на підприємницьку творчість. Цими чинниками є знання та освіта, управління технологіями, що руйнуються, створення переливу життєздатності, роль культурного походження й особистих особливостей людей, мотиви і стимули індивідів, існування доступу до ресурсів і установ, що окреслюють середовище дій підприємця.

Ключові слова: підприємництво, творчість, зростання, освіта, знання, установи, культурний фон, ресурси, мотиви, стимули, технології.

Вступ та постановка проблеми. Сьогодні ми маємо справу з поколінням mainstream. В умовах стабільно прогресуючого інформаційного середовища те, що популярне сьогодні, завтра змінюється новою модою. Цифрова економіка перестає бути чимось інноваційним, стаючи невід'ємною частиною життя кожного. Світ навколо перетворюється на єдиний digital-простір. У сучасного покоління більше немає принципів, які формувалися роками: немає стабільної лояльності до брендів та стилю одягу, must-have кіно, музики, літератури.

У наш технологічний простір вривається поняття творчого підприємництва, що диктує свої тренди врозріз із традиційними уявленнями про бізнес. Головним драйвером тепер виступає молодь, яка за допомогою своїх ідей змінює бізнес-середовище. На тлі постійної конкуренції творче підприємництво стикається з бар'єрами на шляху свого розвитку, що породжує потребу в створенні умов для творчих підприємців, формування певної інфраструктури, яка за допомогою своїх інструментів буде «налаштовувати» молоді уми на креативне мислення. Важливо сформувати творче середовище, надавши молоді всі інструменти розвитку – від ідеї до власної справи,

які допомогли б довести суспільству надійність бізнесу нового покоління. Творче підприємництво ризикує загубитися в сучасному бізнес-середовищі, проте саме воно може надати найбільш ефективний економічний розвиток України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В умовах переходу до постіндустріального суспільства ставлення науковців до креативної економіки й підходи до її вивчення постійно змінювалися. Ідею креативної економіки популяризував Джон Хоукінс у книзі «Креативна економіка: як люди заробляють гроші на ідеях» [1]. Креативна економіка робить акцент на людській творчості, силі, яка перетворює індивідуальні таланти, навички та бачення на цінні результати. Це економічна система, що описує, як створені цінності формуються творчою уявою, є потужним ресурсом, який виходить за рамки традиційної тріади землі, праці та економічного капіталу. Розробниками та популяризаторами цієї теорії виступали Д. Тросбі, Дж. Поттс, Дж. О'Коннор [2].

Серед важливих чинників впливу на розвиток економіки регіону Ч. Лендрі виокремлює талант та вшанування культурної спадщини. Дослідженнями взаємозв'язків

креативної економіки регіону з показниками соціально-економічного розвитку займався Р. Флоріда [3]. Використовувати як інтегральний показник, що характеризує рівень креативності економік країн світу, він запропонував глобальний індекс креативності, який ґрунтується на визначенні коефіцієнтів технології, таланту й толерантності [3, с. 366].

Предметом дослідження Дж. Поттса були методи оцінювання впливу креативних та культурних індустрій на зростання національної економіки.

Розвиток креативних індустрій у регіонах України відображається в працях таких українських науковців, як І. Вахович, І. Мацевич, Л. Антошкіна [4]. Водночас сутність, особливості формування та оцінювання ефективності креативних індустрій в Україні практично не досліджені, проте набувають актуальності та потребують подальшого вивчення.

Метою даної роботи є оцінка розвитку творчого підприємництва в контексті креативної економіки. У розрізі творчого підприємництва необхідно розглянути забезпечення виробництва, промисловості, бізнесу та інших економічних сфер, коли ключова додана вартість виникає завдяки креативним технологіям.

Результати дослідження. Творче підприємництво – порівняно нове поняття в бізнесі. У вузькому розумінні креативне підприємництво відноситься до бізнесу, який працює у рамках культурних і творчих індустрій. У різних країнах ці галузі мають різні визначення, але головне – творче підприємництво включає у себе сфери, які ґрунтуються на культурній творчості і капіталізують інтелектуальну власність.

До творчого підприємництва відносять дизайн і моду, архітектуру, аудіовізуальний сектор (промисловість, радіомовлення), видавничу справу, ЗМІ, візуальні мистецтва, музичну індустрію, спадщину (музеї, бібліотеки, архіви), рекламу і сферу комп'ютерних розваг (ігри, додатки).

У більш широкому контексті творче підприємництво включає у себе діяльність на стику креативних галузей, коли культура і культурна творчість пов'язані з іншими напрямками, тобто галузями виробництва, і вони взаємовигідні. Наприклад, культурний туризм: культура і творчість – це завжди привід для туристів відвідати країну, але це також має прямий економічний вплив на низку інших галузей (розміщення, логістику, громадське харчування і т. д.).

У креативній економіці організації та окремі творчі підприємці (їх також називають художниками) перетворюють таланти, вміння та творчу уяву на щось цінне. Якщо говорити мовою LC DCC, ці суб'єкти валоризують людський капітал, перетворюючи його на різні типи іншого капіталу, щоб вони, своєю чергою, могли бути перетворені на економічний капітал для майбутніх інвестицій. Але економічний капітал є лише одним із прикладів кінцевого цільового капіталу – вартості у створенні творчого бізнесу. Творчі підприємці, як правило, рішучі, коли справа стосується їх символічного капіталу, естетичного досвіду, який отримують люди, спілкуючись зі своїми творами мистецтва та іншими творчими результатами.

Підприємництво як соціальне явище надає можливість кожному дієздатному члену суспільства реалізувати свої інди-

відуальні таланти і здібності. Ця функція бере участь у формуванні нового шару людей – людей ініціативних, здатних створювати власну справу, долати труднощі і досягати поставленої мети. Результат діяльності підприємства буде залежати від того, як проявлять підприємці свої професійні якості, вміння використовувати трудовий потенціал кожного працівника, створюючи необхідні умови для прояву їхньої трудової активності в процесі трудової діяльності. Таким чином, результати підприємницької діяльності залежать від рівня трудової і творчої активності та підприємця й працівників.

Незважаючи на те, що підприємці-початківці мають свої унікальні шляхи, ми можемо здогадатися про деякі подібні траєкторії в їх механізмах трансформації капіталу. Прикладами творчих розробників є дизайнери ігор, візуальні дизайнери, куратори мистецтва та художники цифрових технологій. Спочатку вони покладаються на свої таланти, вміння та творчу уяву, а також на соціальну підтримку (start-up) існуючої мережі та потенційних співробітників. Вони іноді черпають натхнення у природи або використовують деякі її елементи як сировину. Вони генерують творчі звички, спільні знання та сприяння спільній творчості, зміцнюють свої соціальні зв'язки та розширюють свою мережу, що допомагає просувати свої твори. Ця трансформація відбувається завдяки їхнім творчим роботам. Оскільки вони можуть бачити свої проміжні результати, їхня впевненість підвищується, як і загальне задоволення та добробут. Їхні творчі результати мають як грошову, так і естетичну цінність, які потім реінвестуються в іншу творчу діяльність, в інший механізм трансформації капіталу (рис. 1, 2).

Розуміння взаємодії між різними типами капіталу є важливим для того, щоб максимально використати креативну економіку. Знаючи, як різні учасники креативної економіки збільшують продуктивність своєї суміші капіталів, можна інформувати політиків та організації підтримки про те, як найкраще спрямувати грошові потоки для розвитку економіки країни у цілому.

Трансформація капіталу у креативній економіці використовуються як основа для розроблення ланцюжка, що

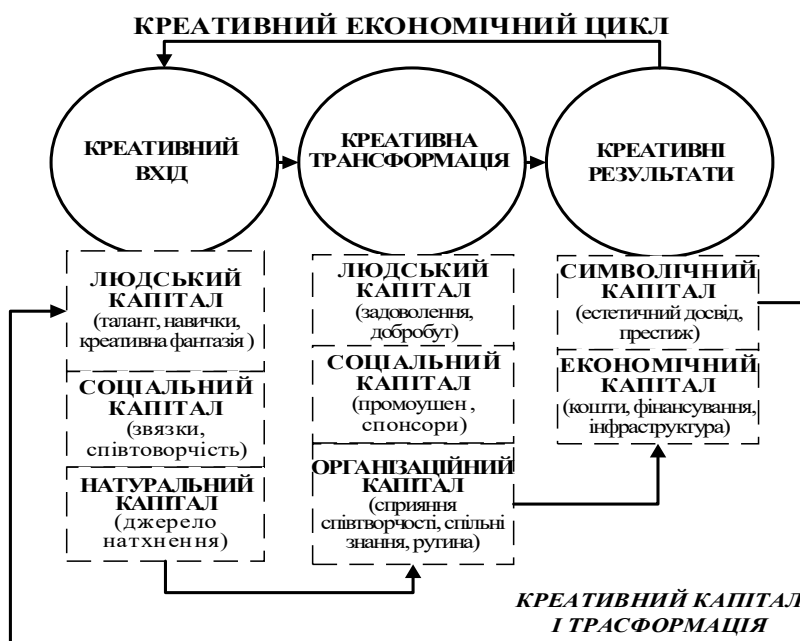


Рис. 1. Сценарій майбутніх творчих підприємств

Джерело: авторська розробка

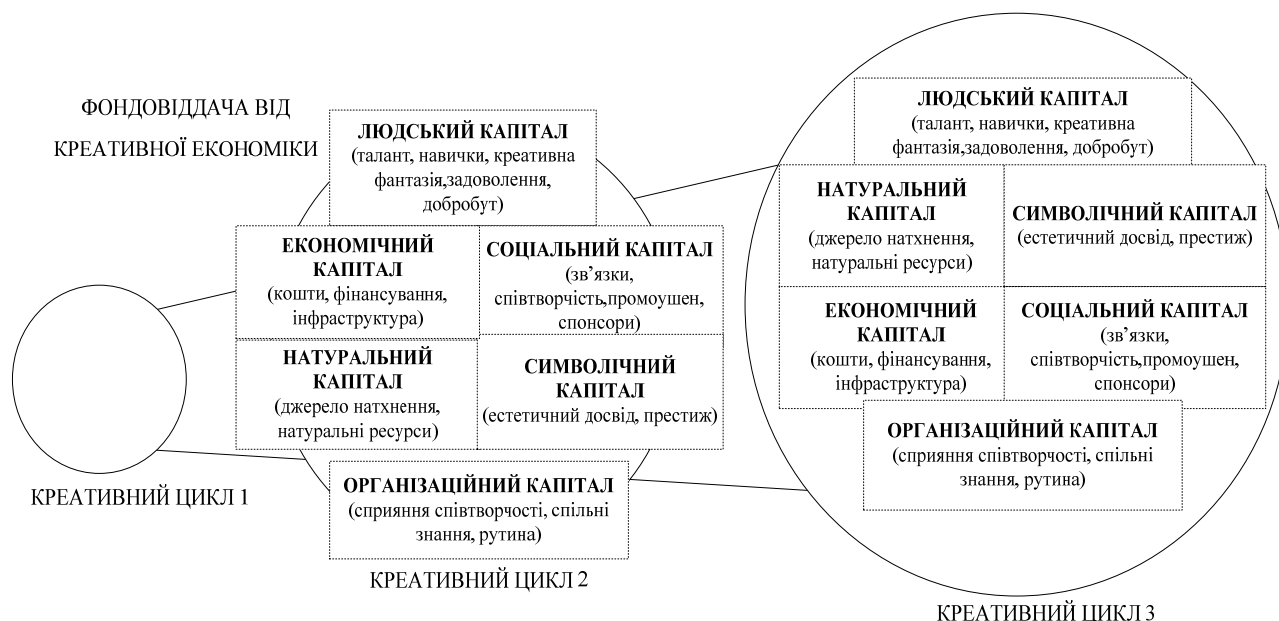


Рис. 2. Трансформація капіталу у креативній економіці

Джерело: авторська розробка

збільшує капіталізацію вартості підприємств та впливає на підвищення внутрішнього валового продукту. Як ми можемо бачити, виникає екосистема креативної економіки для творчого підприємництва, що складається з ринкових сегментів, в яких додана вартість розробляється через інтелектуальні пізнання.

Висновки. Таким чином, творче підприємництво в контексті креативної економіки як результат процесу взаємодії культури і комерції не тільки дає змогу реформувати культурну сферу, а й змінювати вигляд провінційних і великих міст, генерувати нові робочі місця, організувати нові події і заходи в міському середовищі. Проте розвиток творчих галузей у нашій країні можливий лише за спільних зусиль влади, бізнесу, культурних установ і активної громадської позиції. Для вирішення цих питань визначимо фундаментальні точки сприяння творчому підприємству:

Передусім зазначимо, що, крім своїх економічних вигід, креативна економіка також генерує негрошову вартість, яка суттєво сприяє досягненню інклюзивного та стійкого розвитку суспільства. Культура повинна стати рушієм та стимулюючим процесом економічного, соціального та екологічного розвитку, оскільки позитивні зміни можуть відбуватися лише в культурно визначеному суспільстві. Збільшення можливостей шляхом картографування місцевих активів креативної економіки дасть змогу стати основою для розроблення програми подальших дій у цьому секторі.

Посилити доказову базу за допомогою ретельного збору даних як фундаментальної інвестиції до будь-якої

послідовної політики розвитку креативної економіки в регіоні.

Досліджувати зв'язки між неформальним та формальним секторами креативної економіки як вирішального для встановлення адекватної політики, оскільки креативна економіка в країнах, що розвиваються, глибоко покладається на неформальні культурні системи, процеси та інституції і віддалена від державного сектору, тоді як сім'я та друзі стають основними інвесторами для творчих підприємств.

Аналізувати найважливіші чинники успіху, які сприяють формуванню нових шляхів розвитку місцевої креативної економіки. До таких чинників успіху належать наявність інфраструктури та трудових ресурсів, існування законодавства, що захищає інтелектуальну власність, доступність до світових ринків тощо.

Інвестувати у сталий розвиток креативного підприємництва через ланцюжок створення вартості. Даний фактор вимагає підтримки місцевого навчання та інновацій, оскільки без них не буде ні нових талантів, ні нових фірм творчості.

Створювати нові можливості для культурних підприємців у сфері ділового адміністрування та соціальних мереж, залучати їх до маркетингової діяльності та надавати їм міські посилання, придатні для розвитку соціальної та культурної структури суспільства. Залучати до міжнародної співпраці для сприяння продуктивному взаємному навчанню, а також обміну інформацією та досвідом. Улаштовувати mainstream-культури в рамках програм економічного і соціального розвитку на місцевому рівні.

Список використаних джерел:

1. Хокінс Дж. Креативная экономика / за ред. «Классика-XXI». Москва, 2011. 256 с.
2. Давимук С., Федуллова Л. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія / за ред. ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України». Львів, 2017. 528 с.
3. Флорида Р. Номо creativus. Як новий клас завойовує світ. Київ : Наш Формат, 2018. 380 с.
4. Ідеологеми формування і розвитку креативного маркетингу організацій. URL: <https://msd.in.ua/ideologemiformuvannya-i-rozvitku-kreativnogo-marketingu-organizacij> (дата звернення: 19.10.2020).
5. Культурні індустрії в сучасному місті. URL: <http://uccs.org.ua/kreatyvni-industrii/nova-rol-mist/kulturni-industriiv-suchasnomu-misti> (дата звернення: 14.10.2020).

6. Як справи: сьогодні і завтра креативних індустрій в Україні. URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/article/platforma-summary> (дата звернення: 11.10.2020).
7. Кліпкова О. Креативність та інноваційність як основні складові нового вектору в управлінні підприємством. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка»*. 2015. Вип. 2 (2). С. 76–80.
8. Лук'яненко Д., Галахова Т. Феномен креативізації глобальної економіки і менеджменту. URL: [Nvdau_2016_23\(3\)_4.pdf](https://nvdau_2016_23(3)_4.pdf) (дата звернення: 30.10.2020).
9. Panagiotis E., Kyriaki I. Entrepreneurial Creativity and Growth. URL: https://www.researchgate.net/publication/309014374_Entrepreneurial_Creativity_and_Growth (дата звернення: 30.10.2020).
10. Креативность предпринимательства. URL: <https://aqm.by/stati/ypravlenie-financ/kreativnost-predprinimatelstva/> (дата звернення: 30.10.2020).

References:

1. Hawkins J. (2011) *Kreatyvnaja ekonomyka* [Creative Economy]. Moscow: "Classic-XXI". (in Russian)
2. Davimuka S., Fedulova L. (2017) *Kreatyvnyj sektor ekonomiky: dosvid ta naprjamy rozbudovy* [The creative sector of the economy: information on the issue: monograph]. Lviv: DU "Institute of Regional Educational Institutions M.I. Dolishny National Academy of Sciences of Ukraine".
3. Florida R. (2018) *Homo creativus. Jak novyj klas zavojuvuje svit* [Homo creativus. How new class will conquer world]. Kyiv: Our Format. (in Ukrainian)
4. *Ideologhemy formuvannya i rozvytku kreatyvnogho marketyngu orghanizacij* [Ideological formulation and development of creative marketing organization]. Available at: <https://msd.in.ua/ideologemiformuvannya-i-rozvitku-kreatyvnogo-marketyngu-orga-nizacij> (accessed 19 October 2020).
5. *Kuljturni industriji v suchasnomu misti* [Cultural industries in the modern world] Available at: <http://uccs.org.ua/kreatyvni-industrii/nova-rol-misti/kulturni-industrii-suchasnomu-misti> (accessed 14 October 2020).
6. *Jak spravy: sjoghodni i zavtra kreatyvnykh industrij v Ukraini* [How clearly: the creative industries in Ukraine for the coming year and tomorrow]. Available at: <https://www.culturepartnership.eu/ua/article/platforma-summary> (accessed 30 October 2020).
7. Klipkova O. (2015) Креативність та інноваційність як основні складові новогго вектору в управлінні підприємством [Creativity and innovation as the main warehouses of the new vector in the management of the enterprise]. *Scientific notice of Mukachiv State University. Series: Economics*, no. 2 (2), pp. 76–80.
8. Luk'yanenko D., Galakhova T. *Fenomen kreatyvizaciji globaljnoji ekonomiky i menedzhmentu* [Phenomenon of creativeization of global economy and management]. Available at: [https://nvdau_2016_23\(3\)_4.pdf](https://nvdau_2016_23(3)_4.pdf) (accessed 30 October 2020).
9. Panagiotis E., Kyriaki I. Entrepreneurial Creativity and Growth. Available at: https://www.researchgate.net/publication/309014374_Entrepreneurial_Creativity_and_Growth (accessed 30 October 2020).
10. Креативность предпринимательства [Entrepreneurship Creativity] Available at: <https://aqm.by/stati/ypravlenie-financ/kreativnost-predprinimatelstva/> (accessed 30 October 2020).

ТВОРЧЕСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В КОНТЕКСТЕ ФОРМИРОВАНИЯ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. Понятие творчества является ёмким, что помогает воспользоваться преимуществами предпринимательства, и использовать нейтральные возможности для содействия, таким образом, экономическому росту. Рядом с этим как основной аргумент неоклассической теории, игнорирующей роль предпринимательства в росте, в этой статье отмечается, что творческое предпринимательство должно быть включено как фактор экономического роста страны. Приверженность творчества в предпринимательской деятельности концентрируется на факторах, влияющих на экономический рост, а также на познание того, каким образом эта процедура влияет на предпринимательское творчество. Этими факторами являются знания и образование, управление разрушающимися технологиями, создание перегиба жизнеспособности, роль культурного происхождения и личных особенностей людей, мотивы и стимулы индивидов, существование доступа к ресурсам и учреждениям, которые определяют среду действий предпринимателя.

Ключевые слова: предпринимательство, творчество, рост, образование, знания, учреждения, культурный фон, ресурсы, мотивы, стимулы, технологии.

CREATIVE ENTREPRENEURSHIP IN THE CONTEXT OF FORMATION OF CREATIVE ECONOMY

Summary. The concept of creativity is multidimensional, which helps to reap the benefits of entrepreneurship, neutral opportunities and thus promote economic growth. Along with this is the main argument of neoclassical theory, which ignores the role of entrepreneurship in growth. This article states that creative entrepreneurship should be included as a factor in the country's economic growth. Commitment of creativity to entrepreneurial activity, focusing on the factors influencing economic growth, as well as to the admiration of how this procedure affects entrepreneurial creativity. The phenomenon of entrepreneurship acts as an integral attribute of the market economy. With the development of the market economy, the role of entrepreneurship is increasing and business organizations are becoming the leading economic entities. Entrepreneurship as one of the forms of manifestation of social relations contributes not only to increasing the material and spiritual potential of society, but also creates a fertile ground for the practical implementation of the abilities and talents of each employee. These factors are knowledge and education, management of technologies, education, development of the flow of life, the role of cultural walking and special features of people, motives and stimulation of individuals, access to the middle of resources, and the establishment of the environment. Create new opportunities for cultural entrepreneurs in the field of business administration and social networks, involve them in marketing activities and provide them with city links suitable for the development of social and cultural structure of society. Thus, creative entrepreneurship in the context of the creative economy as a result of the interaction of culture and commerce not only make it possible to reform the cultural sector, but also allow you to change the appearance and large provincial cities, generate new jobs, organize new events and activities in the urban environment. However, the development of creative industries in our country is possible only with the joint efforts of government, business, cultural institutions and an active public position.

Key words: entrepreneurship, creativity, growth, education, knowledge, institutions, cultural background, resources, motives, incentives, technologies.