

ЛАДОНЬКО ЛЮДМИЛА СТЕПАНІВНА,
доктор економічних наук, професор,
професор кафедри мистецьких дисциплін,
Національний університет «Чернігівський колегіум»
імені Т.Г.Шевченка

ТИМОШЕНКО СЕРГІЙ ВОЛОДИМИРОВИЧ,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
факультету дошкільної, початкової освіти і мистецтв,
Національний університет «Чернігівський колегіум»
імені Т.Г.Шевченка

8. Соціокультурна практика в умовах
сьогодення: регіональний досвід.

РОЛЬ ТА МІСЦЕ МАЛОГО КРЕАТИВНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ КРАЇНИ

Визначено особливу роль малого підприємництва в економічному і соціальному розвитку суспільства та виділені основні чинники, що впливають на його розвиток в Україні. З'ясована сутність та види креативного підприємництва, яке на відміну від традиційного вимагає від підприємця творчих здібностей, різнопланових навичок і знань, мобільності, командної роботи і здатності постійно вчитися.

Ключові слова: *мале підприємництва, креативне підприємництво, соціально-економічний розвиток, творчість, інновації.*

Мале підприємництво – це унікальне соціальне явище, що притаманне тільки найбільш активним та вмотивованим членам суспільства. Адаптивний і динамічний підприємницький сектор здатний вирішувати окрім економічних, технологічних, екологічних, ще й цілу низку соціальних проблем, підвищує можливості працевлаштування, більш повно і якісно задовольняє різноманітні потреби споживачів і сприяє більш екологічному і раціональному використанню ресурсів. Воно несе на собі значне змістовне навантаження, відіграючи важливе значення в зайнятості населення регіону, виробництві

окремих товарів і послуг, дослідницькій діяльності, науково-дослідних розробках.

Малі підприємства продукують середовище і дух підприємництва, без яких неможливий розвиток ринкових відносин, мобільність і адаптивність, необхідний рівень спеціалізації і кооперації економічної системи, тим самим підвищуючи її ефективність. Вони здатні швидко заповнювати ніші, що утворюються в споживчій сфері, порівняно швидко окуповуватися та створювати атмосферу конкуренції [1].

Зазвичай підприємці, котрі мають власний бізнес і завдяки цьому більш сильну мотивацію до успіху, більше зацікавлені в якісній і продуктивній праці, ніж наймані працівники. Підприємницький підхід до організації і управління підприємством націлений, в першу чергу, на розвиток колективу і власної справи, раціональне використання всіх видів ресурсів, мінімізацію витрат, одержання прибутку, досягнення власних амбітних цілей – все це забезпечує якісне зростання економіки, загалом. Ділові якості підприємців та особливості підприємницької діяльності найяскравіше проявляються на рівні малих або мікропідприємств.

За результатами досліджень науковців можемо виділити основні чинники, що впливають на розвиток малого підприємництва в Україні [2, 3]:

1. Діловий клімат – створює умови для підприємницької діяльності через спрощення адміністративних процедур, систему оподаткування, розвитку підприємницьких ініціатив, доступу до кредитів та інших джерел фінансування малого підприємництва, створення умов для поширення кооперації між суб'єктами малого підприємництва та великими підприємствами.

2. Технологічні інновації – нові технології і цифровізація забезпечують конкурентоспроможність малого бізнесу, створюючи нові виробництва, інноваційні продукти і послуги.

3. Фінансування – залучення широкого спектру джерел фінансування: державний, регіональний та місцеві бюджети; венчурний капітал; грантові програми; краудфандингові платформи; залучення іноземних інвестицій тощо.

4. Експорт – можливість просування на ринки іноземних держав продукції вітчизняного виробництва (товарів, робіт і послуг), об'єктів інтелектуальної власності; просування товарів на нові ринки, участь у виставково-ярмарковій діяльності за кордоном [3].

5. Цифровізація – створення та забезпечення функціонування державних, регіональних і місцевих інформаційних систем, інформаційно-комунікаційних мереж; започаткування підприємницької діяльності за допомогою Інтернету, впровадження цифрових технологій і платформ; розроблення програм фасилітації розвитку національного креативного підприємництва тощо [3].

За офіційними даними Державної служби статистики України [4] доля малих підприємств протягом останніх 10 років є майже незмінною і складає біля 95 % до загальної кількості діючих підприємств. Так, протягом 2022-2023 року спостерігається значне зменшення загальної кількості всіх підприємств через бойові дії, окупацію частини території та виїзд підприємців за кордон. На сьогодні мале підприємництво продовжує здійснювати свою діяльність у всіх регіонах держави не зважаючи на досить складну безпекову ситуацію, адаптуючись до нових умов ведення бізнесу чи, навіть, до нових територій і ринків [2].

Особливе місце в епоху економіки знань займає креативний сектор. Креативне підприємництва дає можливість використовуючи власний творчий потенціал, реалізовувати творчі ідеї, та головне, отримувати прибуток від реалізації креативних продуктів чи послуг.

Креативне підприємництво у всьому світі функціонує, переважно у формі малих/індивідуальних підприємств чи самозайнятості. На відміну від традиційного підприємництва, креативне підприємництво є більш ризиковим, але і більш прибутковим (за рахунок мінімізації постійних витрат). Креативне підприємництво в корені відрізняється від звичних норм роботи, воно вимагає творчих здібностей, різнопланових навичок і знань, мобільності, командної роботи і здатності постійно вчитися [5].

Згідно з розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24 квітня 2019 р. № 265-р на законодавчому рівні було затверджено перелік видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій [6]. Як видно із даного документу, до сфери креативних індустрій належать ті види економічної діяльності, в основу яких закладений творчий потенціал підприємця, сфери, засновані на культурній творчості та отриманні вигоди від інтелектуальної власності. Тому креативними можуть бути й інші види діяльності які не входять до даного переліку. У більш широкому сенсі креативне підприємництво також включає в себе перетин багатьох аспектів різних креативних індустрій, що означає те, що культура і культурна творчість пов'язані з іншими напрямками і галузями виробництва, і є взаємопов'язаними та взаємовигідними. Наприклад, культурний туризм – це завжди привід для туристів відвідати країну, ознайомитися із її культурною спадщиною, але це також робить економічний вплив на ряд інших галузей (розміщення, логістику, торгівлю, громадське харчування, рекламу тощо). Таким чином, до креативного підприємництва відносяться всі галузі діяльності та виробництва, які мають у своєму підґрунті творчий підхід, креативні рішення та інноваційні ідеї [5].

В останні десятиліття креативне підприємництво набирає обертів, однак з приходом пандемії COVID-19 зазнало значних збитків, багато проєктів були призупинені чи взагалі закриті. Вже до кінця 2021 року більшість вітчизняних підприємців адаптувалися до нових умов ведення бізнесу. Однак із початком великої війни розвиток креативних індустрій, а з ним і креативного підприємництва знову опинився під загрозою скорочення.

Креативне підприємництво, як і будь який вид підприємницької діяльності передбачає отримання певного прибутку в результаті задоволення потреб споживачів. Наразі лідерами в креативних індустріях світу є ІТ сфера, маркетингове консультування та рекламна діяльність [7].

Підсумовуючи дослідження, зазначимо причини гальмування розвитку малого підприємництва, у тому числі і креативного в Україні, серед яких, на нашу думку, переважають наступні (рис.1) [2,8, 9].

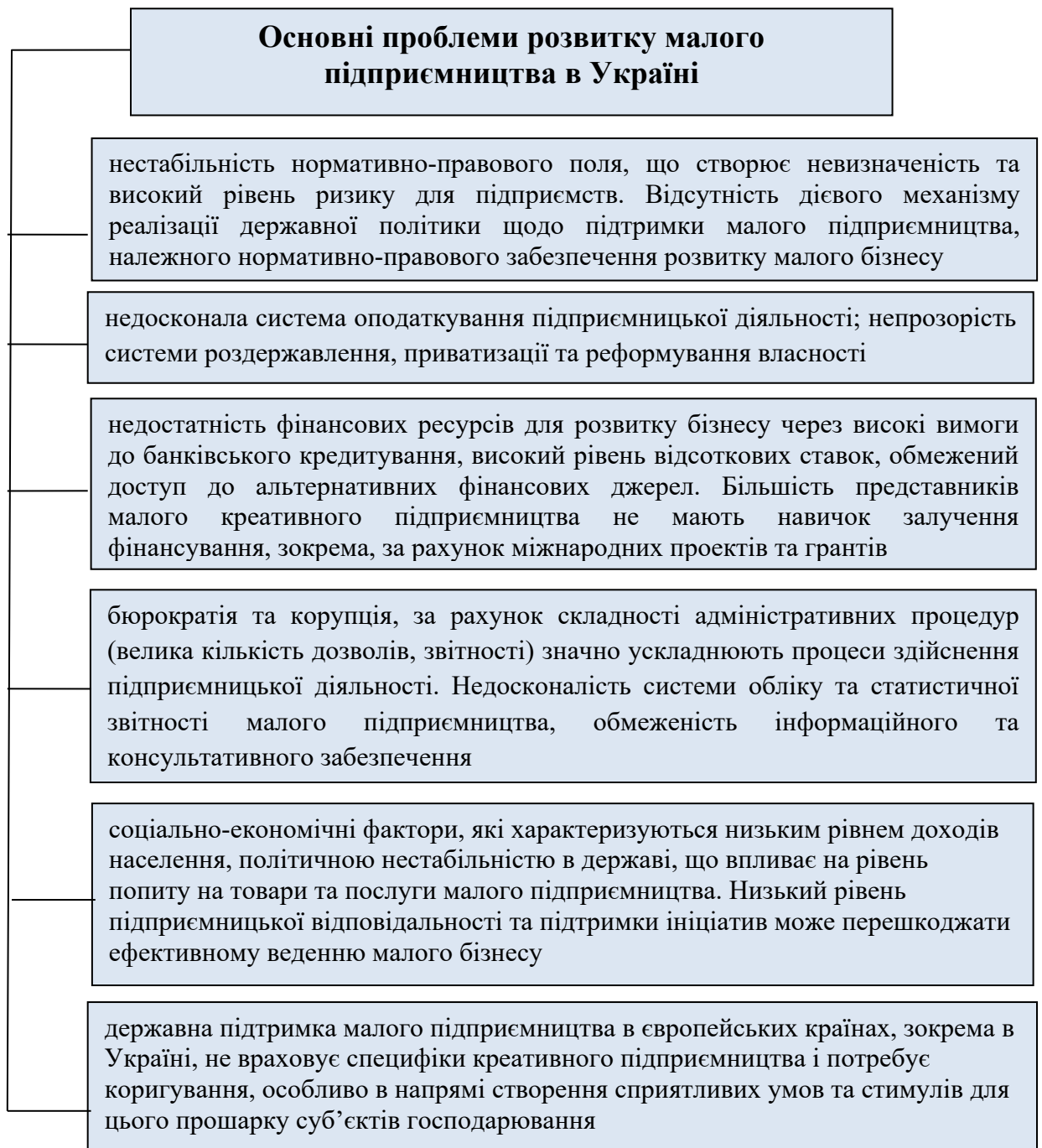


Рис. 1. Основні проблеми розвитку малого підприємництва в Україні

Даному виду підприємницької діяльності притаманні ті самі риси, характеристики та проблеми що й іншим видам підприємництва. Традиційно креативність пов'язують із інноваційною діяльністю. Сьогодні все частіше нововведення розробляються і реалізуються в невиробничих сферах, де особливе місце, безсумнівно займають креативні підприємці/творці соціокультурної сфери. Отже, креативність є важливою передумовою

успішного підприємництва. Тобто, чим креативніша компанія та творчий потенціал її співробітників, тим більше креативних ідей вона може продукувати, тим більше інноваційних продуктів і послуг вона може реалізувати, тим більший її успіх у ринковому середовищі.

Для подальшого розвитку та післявоєнної відбудови малого креативного підприємництва визначені перешкоди необхідно мінімізувати. Оскільки саме в період повоєнної відбудови економіки держави, саме мале підприємництво може стати рушійною силою щодо відбудови звільнених територій, оскільки не потребує значних фінансових вкладень та не вимагає довготривалих організаційних процесів [5].

Література

1. Конєва Т.А. Роль малого бізнесу в економіці України. Офіційний сайт Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського. URL: www.nbuv.gov.ua/.

2. Михайленко Д.Г. Сучасні тенденції розвитку малого підприємництва в Україні. Економіка та суспільство, 2024, № 60. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-139>

3. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні. Закон України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2013, № 3, ст.23. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17#Text>

4. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

5. Букацелі А. В. Креативне підприємництво як ресурс економіки. Ефективна економіка. 2018. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6426> (дата звернення: 15.02.2025).

6. Перелік видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text>

7. Тимошенко К. В., Креативне підприємництво в Україні: поточний стан та перспективи. Ефективна економіка, 2023. № 5. С. 1-11

8. Опанасюк Ю. А., Коломієць Д. В. Креативне підприємництво та управління IT-бізнесом. International Economic Relations and Sustainable Development : матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції, м. Суми, 5–6 травня 2017 року. Суми : Сумський державний університет, 2017. С. 78–79.

9. Лукашова Л. В. Актуальні питання розвитку креативного підприємництва в Україні. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку, 2019. Т. 1, № 1. С. 113-120.