

Л. В. Лукашова
Київський національний торговельно-економічний університет

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

© Лукашова Л. В., 2019

Висвітлено актуальні питання розвитку національного креативного підприємництва, яке розглядається в контексті малого підприємництва та його фасилітації. Визначено перелік проблем розвитку креативного підприємництва в Україні. Розроблено програму фасилітації національного креативного підприємництва із класифікацією фасилітаційних заходів за метою їх здійснення. Запропоновано економічні, соціальні, інформаційно-консультативні, правові, мотиваційні та інноваційні заходи підтримки розвитку креативного підприємництва. Глибоко досліджено альтернативний варіант фінансування господарської діяльності суб'єктів креативного підприємництва – краудфандинг.

Ключові слова: креативне підприємництво, суб'єкти креативного підприємництва, суб'єкти малого підприємництва, фасилітація, програма фасилітації, фасилітаційні заходи, краудфандинг, краудфандингові платформи.

Постановка проблеми

Питання розвитку креативного підприємництва є надзвичайно актуальними на сучасному етапі функціонування національної економіки. Суб'єкти креативного підприємництва входять до складу інноваційної інфраструктури, що об'єднує установи та організації різних форм та охоплює увесь інноваційний цикл – від генерації науково-технічної ідеї до реалізації нововведення. Креативне підприємництво останнім часом набуває все більшої вагомості та значущості внаслідок забезпечення можливості створення, проведення і удосконалення сучасних бізнес-процесів шляхом формування творчих ідей на інноваційних засадах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Проблеми розвитку креативного підприємництва висвітлювали у своїх працях закордонні та вітчизняні вчені-економісти, зокрема, К. Фарінья [1], А. Букацелі [2], Дж. Ратер, Д. Вудфорт [3], О. Ткачук [4], Ю. Опанасюк, Д. Коломієць [5], Р. Олексієнко [6], О. І. Пастернак, М. О. Карп'як [7] та інші, проте зазначені науковці не розглядали перелік наявних проблем в контексті розвитку малого підприємництва та його фасилітації¹. Вищевикладене і зумовило необхідність проведення цього наукового дослідження.

Цілі статті

Полягають у визначенні кола та пріоритетності вирішення проблем розвитку креативного підприємництва, а також у розробленні програми його фасилітації.

¹ Сприяння розвитку підприємницької діяльності шляхом надання суб'єктам господарювання фінансової, інформаційно-консультативної підтримки, стимулювання інновацій та мінімізації господарських ризиків.

Виклад основного матеріалу

Креативне підприємництво є одним з найбільш інноваційних секторів економіки, рушієм розвитку суспільства, що сприяє кращій інтеграції людини в соціум. Його характерні ознаки: мобільність, сезонність господарської діяльності та базування на проектах. Як показує практика, креативне підприємництво реалізується переважно у таких сферах, як видавництво, дизайн, мода, ремесла, архітектура, візуальне мистецтво, музика, перформативне мистецтво, кіно, радіо, телебачення, фотографія, відеоігри, цифрові медіа, фестивальний та виставковий менеджмент, креативні простори та IT-рішення для креативних ініціатив. До креативного підприємництва належать усі види економічної діяльності, які передбачають обов'язковий творчий підхід і пошук нових нестандартних рішень. Креативна інноваційна ідея надає стійку конкурентну перевагу суб'єкту підприємницької діяльності та створює передумови для досягнення ним комерційного успіху.

Суб'єкти креативного підприємництва переважно представлені суб'єктами малого, в т. ч. мікропідприємництва. На початок 2018 року суб'єкти малого підприємництва становили 99,1 % усіх суб'єктів підприємницької діяльності в Україні, зокрема 96,2 % з них були представлені суб'єктами мікропідприємництва [8]. Частка суб'єктів малого підприємництва є більшою ніж 90 % у структурі суб'єктів креативного підприємництва. Водночас, внесок останнього у ВВП України відповідає 4,44 %, а зайнятість у сфері креативних індустрій – 3,17 % від загальної зайнятості населення, що є близьким до стандартів ЄС [1, с. 21].

Характер підприємницького процесу в креативному підприємстві залежить, насамперед, від напрямку творчої активності суб'єкта господарювання. Його можна подати у вигляді таких п'яти етапів [2]:

- формування новаторської ідеї, попередня підготовка;
- оцінка попередньо визначених ідей та цілей;
- застосування альтернативних способів захисту ідеї на правах інтелектуальної власності;
- розроблення бізнес-плану підприємницької діяльності;
- пошук джерел початкового фінансування, встановлення партнерських відносин, розроблення бізнес-стратегії.

Під час дослідження було з'ясовано основні проблеми розвитку національного креативного підприємництва.

Фахівці вбачають основну проблему розвитку у складності здійснення господарської діяльності суб'єктами креативного підприємництва внаслідок базування останньої на унікальних, неповторних та оригінальних ідеях, які не мають аналогів, що, своєю чергою, зумовлює високий ступінь ризику креативного підприємництва.

Європейські країни визначають як основну проблему ускладнений доступ до фінансування креативних підприємств. Насамперед, це пов'язано зі специфікою їхньої діяльності, а також із невеликими розмірами. Складність доступу до фінансово-кредитних ресурсів додатково пояснюється: структурою активів суб'єктів господарювання, а саме, переважанням нематеріальних активів; залежністю від прав інтелектуальної власності за одночасного нехтування положеннями Закону України “Про авторське право і суміжні права” щодо захисту прав інтелектуальної власності [9] внаслідок недостатньої обізнаності контролюючих органів та окремих фахівців; слабкістю та недосконалістю управлінських навичок; відсутністю контактів у ділових колах. Суб'єкти креативного підприємництва, як правило, не можуть претендувати на участь у програмах фінансування малого та середнього бізнесу через неможливість надання необхідних гарантій. Сьогодні ще не розроблено моделей, які дозволили б оцінити реальну вартість інтелектуального капіталу суб'єктів креативного підприємства.

Незадовільною є також державна підтримка національного креативного підприємництва. Державна підтримка малого підприємництва в європейських країнах, зокрема в Україні, не враховує специфіки креативного підприємства і потребує коригування, особливо в напрямі створення сприятливих умов та стимулів для цього прошарку суб'єктів господарювання.

На нашу думку, недооціненою проблемою креативного підприємства є невідповідність рівня оплати праці в креативній індустрії (за результатами досліджень рівень оплат праці в сфері

креативної економіки є найвищим [4, с. 502]) та обсягів реалізованої продукції (послуг), що призводить до підвищеного розміру та рівня витрат порівняно з іншими сферами господарювання і негативно впливає на результативність та ефективність підприємницької діяльності.

Обмеження торгівлі, зокрема експорту, також ускладнює господарську діяльність суб'єктів креативного підприємництва. Більшість представників малого креативного підприємництва не мають навичок залучення фінансування, зокрема, за рахунок міжнародних проектів та грантів.

Фасилітація креативного підприємництва в Україні поки що не є поширеним явищем. Перші програми фасилітації національного креативного підприємництва датовані 2015 роком. Однією з перших масштабних програм фасилітації креативного підприємництва в Україні є міжнародна програма “Creative Enterprise”, започаткована Британською Радою та британською агенцією з інновацій Nesta, яка реалізується за підтримки Британської Ради в Україні, консалтингової компанії PwC та агенції економічного розвитку PPV Knowledge Networks. Програма “Creative Enterprise” розрахована на підприємців-початківців із досвідом у бізнесі не більше 2 років та майбутніх підприємців, які мають сформовану ідею власної креативної справи [10]. Фасилітація креативного підприємництва в Україні в сучасних умовах не має комплексного та системного характеру та, насамперед, передбачає надання інформаційно-консультаційної підтримки суб'єктам господарювання, які вже реалізують свої креативні ідеї чи мають такі наміри. Популярними формами інформаційно-консультаційної підтримки підприємців є тренінги, семінари, конференції, форуми, майстер-класи, індивідуальні консультації акредитованих фасилітаторів тощо. На думку учасників програм фасилітації, найкращою формою підтримки креативного підприємництва є тренінги, які найбільш ефективно допомагають учасникам реалізувати їхні задуми.

Проте, слід зазначити, що вищеперераховані проблеми, зокрема ускладнений доступ до фінансово-кредитних ресурсів спонукали суб'єктів креативного підприємництва до самостійного пошуку альтернативних варіантів фінансування господарської діяльності. Наприклад, останнім часом все більшої популярності набуває використання краудфандингових платформ. Краудфандингова платформа – громадське фінансування або фінансування громадою (з англійської Crowdfunding, crowd – “громада, гурт, юрба”, funding — “фінансування”), співпраця людей, які добровільно об'єднують кошти та інші ресурси задля підтримки інших людей або організацій. Надалі спонсори можуть отримувати фінансову винагороду від авторів [11]. Краудфандинг революціонує спосіб, у який суб'єкти малого підприємництва знаходять необхідний їм капітал, та спрощує традиційну модель фінансування малого підприємництва. На нашу думку, краудфандинг – це в більшості випадків технологія соціального фінансування через мережу Інтернет. Краудфандинг реалізує фінансові ресурси суспільства та забезпечує використання фінансового потенціалу населення в інноваційних, виробничих, культурних проектах тощо. Існує багато видів краудфандингу, зокрема краудфандинг на основі пожертвувань (кампанія з краудфандингу, в якій не передбачено повернення фінансових коштів інвесторам та вкладникам, близька за своєю сутністю до фандрейзингу), краудфандинг на основі винагород (краудфандингова кампанія, що передбачає наявність осіб, які сприяють підприємницькій діяльності в обмін на винагороду), фінансування на основі акцій. Проте, слід зауважити, що попри пошук резервних можливостей проблема вдосконалення чинного законодавства та державних систем з метою полегшення доступу креативних підприємців до фінансування залишається надзвичайно актуальною. Проведене дослідження дозволило сформулювати перелік основних діючих краудфандингових платформ підтримки малого креативного підприємництва (**Kickstarter, GoFundEd, Na-Starte, Велика Ідея, Indiegogo, Patreon, Smallknot, GoFundMe, Startups.co., FundAnything, Facebook's Fundraiser, Thrinacia, Medstartr, Ulule, Plumfund**), частина з яких представлені в табл.1, та визначити їх характерні особливості.

Характеристика основних краудфінансінгових платформ для просування та фасилітації креативного малого підприємництва [12]

№	Назва краудфінансінгової платформи	Загальна характеристика, основні досягнення
1.	Kickstarter [13]	Платформа фінансує проекти у 13 категоріях: мистецтво, комікс, танець, дизайн, мода, фільми і відео, їжа, відеоігри, музика, фотографія, видавництво, технологія. Існує десять років, впродовж яких успішно профінансовано понад 158 проектів. Загальна сума коштів, вкладених в проекти, становить 4,124,375,833 дол. США. Чисельність прихильників (спонсорів) сягає 15,791,220 осіб, в т.ч. 5,153,890 осіб, що надавали фінансову допомогу у реалізації двох та більше проектів. Середній рейтинг успішності за всіма групами проектів становить 36,68% ² . Лідерами зборів є технічні винаходи, програмне забезпечення, музика та відео. Найбільш гучні проекти: розумний годинник Pebble Time (понад 20,3 млн. доларів США) та сумки-холодильники Coolest Cooler (13 млн. доларів США)
2.	GoFundEd (GoF) [14]	Платформа для освітніх проектів, яка націлена на допомогу освітянам у підвищенні якості навчального процесу. Свій проект на платформі може опублікувати вчитель з будь-якого регіону світу. Перший проект стартував у березні 2016 р. За час існування платформи профінансовано 41 проект, на реалізацію 14 проектів триває збір коштів. Загалом проекти профінансовано на суму 1,654,025 євро. У фінансуванні взяли участь 2356 добровольців. За результатами оцінки позитивного впливу зазнали понад 7000 учнів із 61 школи
3.	Na-Starte [15]	Національна всеукраїнська платформа для реалізації творчих проектів, а саме для фінансування стартапів, комерційних і суспільно-соціальних проектів та бізнес-ідей. За період існування на платформі зібрано 12 млн. 116 тис. грн., проекти підтримали понад 50000 спонсорів, успішно профінансовано 25% всіх заявлених проектів, найуспішніший проект зібрав 3 млн. 700 тис. грн., спонсори отримали 11213 нагород, 100% проектів надійшли від українських авторів
4.	Велика Ідея [16]	Національна платформа соціальних інновацій, орієнтована на розвиток громадянського суспільства в Україні. Сайт платформи працює у чотирьох напрямках: Спільно-кошт (пошук стартового капіталу для потреб соціального бізнесу), Практики (журнал соціальних інновацій), Можливості (освітні міні-оголошення на кожен день) та Майстерня (майданчик для вільного обміну навичками та комплексного підвищення компетентностей). За січень 2019 р.: зібрано 443975 грн., колекція практики нараховує 21 одиницю, зареєстровано 113 нових можливостей та 153 – пройдено тести. Деталізована статистику платформи проводять за регіонами
5.	Indiegogo [17]	Платформа орієнтована переважним чином на інновації в сфері технологій та дизайну. Основною відмінністю платформи є можливість отримання коштів до закриття фінансування проекту. Від 2008 року спільнота платформи відкрила понад 800000 інноваційних ідей. Група прихильників нараховує понад 9 млн. осіб, які представлені 235 країнами та територіями. Рекорди платформи: смартфон Ubuntu Edge (понад 13 млн. доларів США); вулик Flow Hive (11, 32 млн. доларів США); розумні шоломи Skully (2,8 млн. доларів США); сімейний робот Jibo (2,3 млн. доларів США)
6.	Patreon [18]	Платформа орієнтується на творців контенту, є особливо привабливою для тих, хто створює нові ЗМІ або інші форми цифрового контенту на регулярній основі. Започаткована у 2013 р. музикантом Джеком Контом. Впродовж 2018 р. отримано 300 млн. доларів США на реалізацію проектів. Зареєстровано 2 млн. активних меценатів щомісяця. Автори подвоюють свої доходи щороку

Джерело: розроблено автором.

² Цей показник розраховано, виходячи з кількості успішно профінансованих проектів та кількості всіх проектів, які досягли свого граничного терміну (включаючи успішні, неуспішні, скасовані та тимчасово призупинені проекти).

Зазвичай краудфандингові платформи пропонують для авторів такі можливості: технічну підтримку, що полягає у можливості розмістити проект та отримувати кошти; навчання краудфандингу (передбачає надання покрокових інструкцій щодо запуску проекту); підтримку куратора; підтримку спільноти. Слід зазначити, що краудфандинг вимагає активності суб'єкта підприємництва протягом всієї краудфандингової кампанії: що активнішою є популяризація проекту, то більші шанси збору коштів на його реалізацію. Краудфандингові платформи працюють за рахунок комісії від успішно профінансованих проектів, яка, як правило, не перевищує 10 % вартості проекту³. Також при розрахунку бюджету проекту суб'єкт креативного підприємництва має враховувати комісію платіжних систем.

Переваги краудфандингу для спонсорів полягають у можливості просувати власні ідеї, долучитися до створення проекту, отримати подяку від авторів та винагороду за допомогу, можливості отримати товар (послугу) ще до її появи на ринку, а для авторів проекту – це можливість отримання коштів на реалізацію проекту, знаходження спільноти однодумців, які підтримують проект, підвищення популярності бренду, розповсюдження ідеї поміж численної аудиторії, перевірка попиту на власну ідею, отримання зворотного зв'язку і можливість доопрацювати проект до початку офіційних продажів.

Вищевикладене обумовило необхідність розроблення програми фасилітації розвитку національного креативного підприємництва, що, на нашу думку, повинна містити такий перелік фасилітаційних заходів, які можна класифікувати за метою їх здійснення:

- Економічні (спрямовані на підвищення результативності та ефективності господарської діяльності): заходи з удосконалення інституційного забезпечення господарської діяльності суб'єктів креативного підприємництва в сфері регуляторного середовища.

- Соціальні (спрямовані на вирішення ряду соціальних проблем суспільства за рахунок та силами суб'єктів креативного підприємництва, а також на розв'язання соціальних проблем): нормативно-правове забезпечення процесу дотримання суб'єктами креативного підприємництва достатнього рівня соціальної відповідальності, стимулювання соціальних ініціатив тощо.

- Інформаційно-консультаційні (спрямовані на підвищення рівня обізнаності суб'єктів креативного підприємництва стосовно правил, умов та обмежень здійснення підприємницької діяльності, змін у чинному законодавстві, податковому, бухгалтерському обліку тощо): започаткування та реалізація просвітницьких програм для суб'єктів креативного підприємництва, підвищення рівня їхньої професійної компетентності.

- Правові (спрямовані на удосконалення чинного законодавства, яке регулює та регламентує діяльність суб'єктів малого підприємництва з метою забезпечення рівних прав і свобод всіх суб'єктів підприємницької діяльності незалежно від їхніх розмірів та активів): удосконалення нормативно-правового забезпечення господарської діяльності суб'єктів креативного підприємництва в сфері регуляторного середовища шляхом гармонізації українського законодавства з нормами ЄС, імплементація нормативно-правих актів ЄС у сфері креативного підприємництва.

- Мотиваційні (спрямовані на заохочення до підприємницької діяльності): стимулювання участі суб'єктів креативного підприємництва в альтернативних міжнародних та національних програмах фасилітації.

- Інноваційні (спрямовані на ініціацію та здійснення господарської діяльності суб'єктами креативного підприємництва на інноваційних засадах): реалізація фасилітаційних заходів з підвищення рівня інноваційного розвитку суб'єктів креативного підприємництва.

Висновки та перспективи подальших досліджень

Враховуючи вищевикладене та спираючись на закордонний досвід, можна зробити висновок, що креативне мале підприємництво є перспективним напрямком підприємницької діяльності в Україні. З'ясовано, що до переліку основних проблем розвитку національного креативного підприємництва належать: складність здійснення господарської діяльності внаслідок ґрунтування останньої на унікальних, неповторних та оригінальних ідеях, які не мають аналогів, що зумовлює

³ Наприклад, краудфандингові платформи Razomgo, Na-Starte беруть комісію в розмірі 8 %, яка сплачується лише у разі збору проектом необхідної суми коштів, а платформа **Patreon** – 5 %.

високий ступінь ризику; ускладнений доступ суб'єктів креативного підприємництва до фінансово-кредитних ресурсів; незадовільний рівень державної підтримки креативного підприємництва внаслідок нерозуміння та несприйняття його специфіки; невідповідність рівня оплати праці в креативній індустрії та обсягів реалізованої продукції (послуг), що призводить до підвищеного розміру та рівня витрат порівнянно з іншими сферами господарювання; інституційні обмеження торгівлі, зокрема експортних операцій.

Водночас дослідження практики фасилітації розвитку креативного малого підприємництва показало, що перелік наявних фасилітаційних заходів щодо суб'єктів креативного підприємництва є обмеженим і містить, переважно, заходи інформаційно-консультаційної підтримки. На думку автора, програмою фасилітації розвитку креативного підприємництва в Україні повинні бути окремо передбачені фасилітаційні заходи, що мають на меті створення сприятливих умов для господарської діяльності суб'єктів креативного підприємництва, а саме: економічні, соціальні, інформаційно-консультаційні, правові, мотиваційні та інноваційні, в т. ч. спрощення доступу до фінансових ресурсів, започаткування цільових програм кредитування суб'єктів креативного малого підприємництва, стимулювання останніх до участі у міжнародних та національних програмах фінансування малого підприємництва, запуск програм підтримки суб'єктів креативного мікропідприємництва на місцевому рівні, коригування чинного законодавства в сфері інтелектуальної власності та авторського права, проведення просвітницьких заходів як для суб'єктів малого креативного підприємництва, так і для представників контролюючих їх діяльність організацій, створення центрів підвищення кваліфікації та нових креативних хабів⁴, популяризація креативності та підприємництва в освітніх навчальних закладах тощо. Фасилітація розвитку креативного підприємництва сприятиме реалізації творчого потенціалу населення, створенню нових робочих місць, подоланню безробіття, вирішенню інших соціальних проблем суспільства, популяризації креативного підприємництва серед молоді, збільшенню частки ВВП, утвореної суб'єктами креативного підприємництва, розширенню переліку видів економічної діяльності за рахунок започаткованих.

Список літератури

1. Фарінья К. Розвиток культурних та креативних індустрій в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/Creative%20Industries%20Report%20for%20Ukraine_UA.pdf.
2. Букацелі А. В. Креативне підприємництво як ресурс економіки / А. В. Букацелі // Електронний журнал “Ефективна економіка” № 6, 2018. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6426>.
3. Introducing the creative enterprise toolkit. Nesta. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Creative_Enterprise_Toolkit_2016_Books_1-4.pdf.
4. Ткачук О. М. Креативність у підприємницькій діяльності / О. М. Ткачук // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – № 7. – С. 500 – 503.
5. Опанасюк Ю. А. Креативне підприємництво та управління IT-бізнесом / Ю. А. Опанасюк, Д. В. Коломієць // International Economic Relations and Sustainable Development : матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції, м. Суми, 5–6 травня 2017 року / за заг. ред. О. В. Прокопенко. – Суми : Сумський державний університет, 2017. – С. 78–79.
6. Олексієнко Р. І. Формування концепції креативної особистості як фактор креативно-знаннєвої економіки в умовах викликів глобалізації / Р. І. Олексієнко // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2017. – Вип. 71. – С. 118 – 126.
7. Пастернак О. І. Креативні екосистеми у стратегічній перспективі соціально-економічного розвитку територіальних громад / О. І. Пастернак, М. О. Карп'як // Територіальний розвиток та регіональна економіка. – 2017. – Вип. 6(128). – С. 20 – 23.
8. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

⁴ За звичай хаби – це центри зі значними технічними ресурсами, які надають можливість підприємцям та винахідникам реалізовувати свої ідеї. Хаби пропонують зручну локацію, цілодобовий режим роботи, простір для коворкінгу, івент-зону, конференц-кімнати, можливість відвідування всіх подій у хабі, wi-fi та всю необхідну техніку.

9. Закон України “Про авторське право і суміжні права” від 23.12.1993 р. № 3792 – XII у чинній редакції від 04.11.2018 р. [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12>.
10. Сайт Британської Ради в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.britishcouncil.org.ua/creativeenterprise>.
11. Сайт – краудфандингова платформа Razomgo [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://razomgo.com/start?gclid=CjwKCAiA767jBRBqEiwAGdAOr2lSP8HpyICf2NIRLWpf6il5DdVpGCen336fLy2p70T75gCpoiHTBhoCJigQAvD_BwE.
12. Сайт Клубу сталого бізнесу. Підбірка: 17 кращих краудфандингових платформ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://sbiz.club/9705/pidbirka-17-krashhyh-kraudfandyngovyh-platform/>.
13. Сайт – краудфандингова платформа Kickstarter [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kickstarter.com/>.
14. Сайт – краудфандингова платформа GoF [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gofunded.org/>.
15. Сайт – краудфандингова платформа Na-Starte [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://na-starte.com/>.
16. Сайт – краудфандингова платформа Велика ідея [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://biggggidea.com/>.
17. Сайт – краудфандингова платформа Indiegogo [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.indiegogo.com/>.
18. Сайт – краудфандингова платформа **Patreon** [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.patreon.com/>

References

1. Farinia, K. (2017). Rozvytok kulturnykh ta kreatyvnykh industrii v Ukraini [Development of cultural and creative industries in Ukraine]. Retrieved from https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/Research/Creative%20Industries%20Report%20for%20Ukraine_UA.pdf (in Ukrainian).
2. Bukatseli, A. V. (2018). Kreativne pidpriemnytstvo yak resurs ekonomiki [Creative entrepreneurship as a resource of economy]. *Efektivna ekonomika [An efficient economy]*, no. 6. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6426> (in Ukrainian).
3. Introducing the creative enterprise toolkit. Nesta. Retrieved from https://creativeeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Creative_Enterprise_Toolkit_2016_Books_1-4.pdf (in Ukrainian).
4. Tkachuk, O. M. (2015). Kreatyvnist u pidpriemnytskii diialnosti [Creativity in Entrepreneurship]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky [Global and national problems of economy]*, no. 7, pp. 500–503. (in Ukrainian).
5. Opanasiuk, Yu. A. & Kolomiiets, D. V. (2017). Kreativne pidpriemnytstvo ta upravlinnia IT-biznesom [Creative entrepreneurship and management of IT business] *Proceedings of the International Economic Relations and Sustainable Development (Sumy, May 5–6, 2017) (eds.Prokopenko O.V.)*, Sumy: Sumskii derzhavnyi universitet, pp. 78–79. (in Ukrainian).
6. Oleksienko, R. I. (2017). Formuvannya kontseptsii kreativnoi osobystosti yak factor kreativno-znannievoi ekonomiky v umovah vyklykiv hlobalizatsii [Formation of the concept of creative personality as a factor of creative and knowledge economy in the conditions of challenges of globalization]. *Humanitarnyi visnyk ZDIA [Humanitarian Herald of ZSEA]*, no. 71, pp. 118–126. (in Ukrainian).
7. Pasternak, O. I. & Karpiak, M. O. (2017). Kreativni ekosistemy u stratehichnii perspektyvi sotsialno-ekonomichnoho rozvytku terytorialnykh hromad [Creative ecosystems in the strategic perspective of socio-economic development of territorial communities]. *Terytorialnyi rozvytok ta rehionalna ekonomika [Territorial development and regional economy]*, no 6(128), pp. 20–23. (in Ukrainian).
8. Sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Site of State Statistics Service of Ukraine]. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua/>. (in Ukrainian).
9. Zakon Ukrainy Pro avtorske pravo i sumizhni prava 23 grud. 1993 roku No. 3792 – XII [Law of Ukraine on copyright and related rights of December 23, 1993 No. 3792 – XII]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12>. (in Ukrainian).
10. Sait Britanskoi Rady v Ukraini [Site of British Council in Ukraine]. Retrieved from <http://www.britishcouncil.org.ua/creativeenterprise>. (in Ukrainian).
11. Sait – kraudfandyngova platforma Razomgo [Site – Razomgo crowdfunding platform]. Retrieved from https://razomgo.com/start?gclid=CjwKCAiA767jBRBqEiwAGdAOr2lSP8HpyICf2NIRLWpf6il5DdVpGCen336fLy2p70T75gCpoiHTBhoCJigQAvD_BwE.

12. Sait Klubu stalogo biznesu. Pidbirka: 17 krashchykh kraudfandyngovykh platform [Site of Sustainable Business Club Collection: 17 of the best crowdfunding platforms.]. Retrieved from <https://sbiz.club/9705/pidbirka-17-krashhyh-kraudfandyngovyh-platform/>. (in Ukrainian).
13. Site Kickstarter. Retrieved from <https://www.kickstarter.com/>.
14. Sait – kraudfandyngova platform GoF [Site – GoF crowdfunding platform]. Retrieved from <http://gofunded.org/>. (in Ukrainian).
15. Sait – kraudfandyngova platforma Na-Starte [Site – Na-Starte crowdfunding platform]. Retrieved from <https://na-starte.com/>. (in Ukrainian).
16. 16. Sait – kraudfandyngova platforma Velyka idea [Site – Big idea crowdfunding platform]. Retrieved from <https://bigggidea.com/>. (in Ukrainian).
17. Site Indiegogo. Available at: <https://www.indiegogo.com/>. (in English).
18. Site Patreon. Retrieved from: <https://www.patreon.com/>.

L. V. Lukashova

Kyiv National University of Trade and Economics

TOPICAL QUESTIONS FOR DEVELOPMENT OF CREATIVE ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE

© *Lukashova L. V., 2019*

The purpose of the article is to determine the scope and priority of solving problems of creative entrepreneurship development, as well as to develop its program of facilitation.

In accordance with the stated goal, the following research objectives were identified: to formulate a list of problems of the development of national creative entrepreneurship; to develop a program of facilitation of creative entrepreneurship in Ukraine; to propose a list and classification of support measures within the framework of the facilitation program; to investigate alternative variants of financing of economic activity of creative business entities.

It was found out that the list of the main problems of the development of national creative entrepreneurship includes: the complexity of economic activity as a result of base on unique and original ideas that have no analogues, which leads to a high degree of risk; complicated access of creative business entities to financial and credit resources; unsatisfactory level of state support for creative entrepreneurship due to lack of understanding and perception of its specificity; the discrepancy between the level of remuneration in the creative industry and the volume of sales of goods (services), which leads to increased size and level of costs in comparison with other spheres of activity; institutional constraints on trade, in particular export operations.

According to the author, the program of facilitation of the development of creative entrepreneurship in Ukraine should separately provide for facilitation measures aimed at creating favorable conditions for the economic activity of creative business entities, namely: economic, social, informational and consulting, legal, motivational and innovative. The program of facilitation of creative entrepreneurship development should include simplifying access to financial resources, launching targeted loan programs for creative small business entities, encouraging the latter to participate in international and national small business financing programs, launching support programs for creative microenterprise entities at the local level; adjusting the current legislation in the field of intellectual property and copyright, carrying out educational measures for small creative entrepreneurs, and for representatives of their controlling organizations, creation of centers for improvement of professional skills and new creative hubs, popularization of creativity and entrepreneurship in educational institutions, etc.

The author believes that the development of creative entrepreneurship will facilitate the implementation of creative potential of the population, creation of new workplaces, overcoming unemployment, solving other social problems of society, popularizing creative entrepreneurship among young people, increasing the share of GDP created by creative business entities, expanding the list of types of economic activity at the expense of the initiated.

Key words: creative entrepreneurship, creative business entities, small business entities, facilitation, program of facilitation, facilitation measures, crowdfunding, crowdfunding platforms.