

УДК 332

М. О. Карп'як

кандидат економічних наук,
науковий співробітник
відділу регіональної економічної політики
ДУ «Інститут регіональних досліджень
імені М. І. Долішнього НАН України», м. Львів

ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНИХ ПРОСТОРІВ ТА ЇХ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ВЛАДИ

У статті досліджено явище креативного простору, визначено чинники виникнення креативних просторів в Україні і у світі, а також здійснено аналіз формування та розвитку креативних просторів в Україні та у світі. Виявлено напрями стимулювання розвитку креативних просторів та загалом культурних креативних індустрій в Україні регіональними та місцевим органам влади в контексті сьогоденної реформи місцевого самоврядування та децентралізації влади в Україні.

***Ключові слова:** креативний простір, креативні індустрії, регіональна політика, регіональний розвиток, децентралізація влади.*

Karpiak M. FORMING OF CREATIVE SPACES AND THEIR ROLE FOR REGIONS ECONOMIC DEVELOPMENT UNDER THE AUTHORITIES DECENTRALIZATION

In the article we investigated the phenomenon of creative space and defined the factors of creative spaces in Ukraine and in the world as well as the analysis of the formation and development of creative spaces and general creative industries in Ukraine and in the world. We found the directions to stimulate the development of creative spaces and general cultural creative industries in Ukraine by regional and local authorities in the context of today's local government reform and decentralization of power in Ukraine.

***Keywords:** creative space, creative industry, regional policy, regional development.*

Модернізація сучасного суспільства завдяки стрімкому розвитку технологій та випереджувальний характер трансформаційних процесів призводить до зміни класичних принципів економічної діяльності, формування нових управлінських моделей та підвищення ролі індивіда у загальній системі економічного відтворення. Відтак, прогресивний економічний розвиток регіону дедалі більшою мірою залежить не від потенціалу самої території, а від якості та креативності людського фактора – а саме ефективності співпраці між людьми, продуктивності їх комунікацій, формування місцевих екосистем, розвитку бізнес мислення.

Структурні трансформації регіонального ринку праці, тривала еволюція бізнесу, постійно зростаюча кількість самозайнятих, всі ці фактори призвели до виникнення якісно нової платформи для формування і розвитку креативного суспільного класу, – простору, де людина прагне розвиватися, працювати, вкладати кошти, відпочивати, налагоджувати нові знайомства, формувати команду фахівців-одномумців, розвивати власну справу. Креативний простір пропонує компаніям та окремим підприємцям новітній підхід до організації своєї праці, простір, де вони можуть працювати творчо, невимушено та ініціативно, маючи комфортну атмосферу самоорганізації та внутрішньої мотивації.

Метою статті є формування сутності поняття креативного простору та оцінка їх впливу на економічний розвиток регіону.

Креативні простори як явище відноситься до нових форм економіки та управління, які базуються

на досягненнях інноваційного розвитку і передових інструментах діяльності людини. Поява подібних економіко-управлінських моделей зумовлена стрімкими трансформаціями класичних економічних умов організації підприємства. На думку багатьох авторів, економічні засади сучасного суспільства та суспільства найближчого майбутнього не відповідають класичним уявленням та підходам до організації діяльності компанії, натомість вони базуються на нових принципах – самоорганізації, трансформації ролі компанії та вирішальної ролі індивіда, подальшого зростання значення інтелектуальної праці, віртуалізації [1, 2].

Креативний простір – це багатофункціональний майданчик для підприємців, організацій та окремих індивідів, які працюють віддалено, найчастіше із замовниками послуг з інших країн. Це такий, свого роду «центр концентрації інтелекту» із притаманною йому культурою. Крім цього, такий інноваційний культурний простір також може поєднувати в собі безліч різноманітних проектів, як наприклад стартап-бокси, коворкінги, антикафе, креативні ресторани, центри розвитку дітей, творчі майстерні, еко-парки, тощо. Окрім цього, креативний простір є також платформою для різноманітних культурних та освітніх подій, конференцій та фестивалів.

Креативні простори є динамічними структурами, які орієнтуються на своїх резидентів, тобто постійних учасників, які бажають працювати, навчатись або просто проводити час у цьому просторі. Резиденти приймають всі умови використання простору і здійснюють передоплату за користування послугами

на місяць, півроку, рік або більше. В основному у креативних просторах відбувається міграція резидентів, які постійно то відпадають, то приєднуються. Спільнота резидентів, яка сформувалася у креативному просторі на певний період часу утворює екосистему даного простору.

Традиційними джерелами доходів для креативних просторів є [3]:

- ✓ плата за використання простору (погодинна оплата),
- ✓ членство (плата за використання простору впродовж певного часу у місяць і т.п.),
- ✓ оренда приміщення для проведення заходів та проведення платних навчальних програм.

У країнах ЄС плата за робоче місце переважає у доходах креативних просторів. Середній дохід з резидента на місяць становить 230 євро [4] і набагато перевищує показники в Україні.

Креативні простори можуть приймати нескінченну кількість варіацій, в залежності від [3]:

- галузевого фокусу (ІТ чи медійники, інженери чи фінансисти),
- від типу талантів-головних клієнтів (креативні, підприємницькі чи управлінські),
- типу приміщення (для заходів чи майстерня),
- виду послуг, що надаються (виключно сервіс з надання приміщення чи інвестор у компанії-резиденти),
- типу спільноти (відкрита спільнота чи закритий клуб),
- категорії членства (фіксоване чи гнучке)
- конструкції бізнес-моделі.

До чинників виникнення креативних просторів можемо віднести найперше зростання кількості «вільних» працівників, які сьогодні працюють у режимі віддаленої праці. Подібний вид зайнятості зумовив початок кризи в Україні, під час якої значна частина працівників змушені були залишати офіси і переходити на віддалений режим роботи. Таким чином, тенденція віддаленої праці або так званого «фрілансу» сьогодні вже не викликає здивувань, а вітчизняні спеціалісти активно співпрацюють із замовниками їхніх послуг з інших країн. Іншою причиною такого стрімкого розвитку віддаленої праці стало те, що ринок замовлень в Україні відносно невеликий, а потенціал українських фахівців (програмістів, дизайнерів та ін..) дуже високий. Багато підприємців успішно працюють через Інтернет, стабільно забезпечуючи собі високий рівень доходів ніколи віч-на-віч не зустрічаючись зі своїми роботодавцями.

До інших чинників виникнення креативних просторів в Україні і у світі можемо віднести також:

- зміну структури зайнятості
- розширення переліку «вільних професій»
- особливості міського способу життя
- прагнення до міжособистісної комунікації
- розвиток інформаційних технологій.

Сьогодні дедалі більше підприємств переводять свій бізнес у віртуальний простір, тому розвиток креативних просторів як в Україні так і у світі останніми роками набуває дедалі більшої

популярності, а кількість їх користувачів зростає. Найбільш відомими типами креативних просторів є коворкінги, бізнес-інкубатори, антикафе та навчальні центри.

Коворкінги як тип колективних просторів є найбільш поширеним у світі. Перший коворкінг-центр з'явився у 2005 р. у США за ініціативою молодого програміста Бреда Ньюберга. Основним поштовхом для виникнення цього центру було бажання Ньюберга поєднати переваги офісної та віддаленої роботи. Великою перевагою останньої є цілковита свобода вибору, проте вона володіє також двома істотними недоліками - обмеженістю у живому спілкуванні з колегами та неможливістю брати участь у великих проектах, у яких для ефективної роботи необхідна згуртована команда. Натомість працюючи в офісі, людина має в своєму розпорядженні офісну техніку, дисциплінуюче середовище і безліч колег з якими можна обговорити робочі і технічні проблеми. Водночас офісна робота також має ряд недоліків, основними з яких є строгий графік роботи і високий рівень адміністративної відповідальності. Натомість коворкінг поєднує в собі переваги обох зазначених моделей - допускає здачу в оренду готового робочого місця в офісі під ключ з усіма перевагами офісу у вигляді кімнат відпочинку, кухні, швидкого інтернету, кімнати нарад і сусідства однодумців.

Ініціатива Ньюберга дала поштовх явищу, яке за три роки поширилося по всьому світу. Кількість подібних просторів почала швидко зростати і набувати неабиякої популярності. Сьогодні спільні офіси являють собою досить великі приміщення з кухнею, однією або декількома переговорними і обладнані необхідною офісною інфраструктурою — від Інтернету до принтерів і сканерів — для обслуговування всіх «учасників».

Щодо формування та розвитку даного явища у нашій державі, то слід зазначити, що проекти креативних просторів в Україні почали з'являтися, починаючи з 2008 р. Проте їхній бум можна було спостерігати впродовж 2014-2015 рр. Якщо 2014-го їх було по всій Україні близько 60, то на початок 2016-го вже до сотні [5]. На сьогоднішній день їх кількість безперервно зростає і, за словами учасників ринку та експертів, це тільки початок. Нині практично в кожному обласному центрі діє коворкінг або хаб. Крім цього, на даний час в Україні розвивається мережа ІТ-коворкінгів під брендом iHUB.

Як свідчать дослідження експертів, протягом 2015 р. на території регіонів України, а також у м. Києві, коворкінги відкривалися практично кожного місяця. Сьогодні деякі найактивніші коворкінгові простори м. Києва навіть не роблять масштабної реклами, проте заповнюваність робочих зон у них становить близько 70%. Також є випадки, коли у коворкінг переїжджають окремі офіси, в середньому по 10 чоловік. Крім цього, в основному у вечірній час тут проводять курси, які виявляються затребуваними настільки, що заповнюються усі групи [6], оскільки подібні простори обладнані спеціальними лекторіями, у яких зручно проводити майстер-класи та лекції для різноманітної аудиторії.

Креативні простори, що нині активно розвиваються як у центрі так і у регіонах України утворюють своєрідну платформу для формування креативного суспільного класу, який в свою чергу стає локомотивом економічного, технологічного, інноваційного та культурного прогресу. При цьому слід зазначити, що у розвинених країнах креативний клас займає домінуюче положення у суспільстві, без його експертних ініціатив та консультивань не обходиться підготовка жодної державної програми, незалежно від виду діяльності – економіка, право, IT, освіта, наука, культура, транспорт, будівництво, соціальна сфера. Численні дослідження виробничих потужностей у Європі показують неабиякий економічний потенціал культурних та креативних секторів, які виробляють більше доданої вартості, аніж операції з нерухомістю, хімічна промисловість, сфера послуг або інші традиційно прибуткові галузі. При цьому вони надають робочі місця 8,3 мільйонам громадян Європейського Союзу і мають сукупний прибуток у розмірі 558 мільярдів євро [7]. Тобто, розвиток світових креативних індустрій дозволяє людям заробити більше грошей і, відповідно, сплатити більше податків. В свою чергу, міжнародні компанії отримують своє представництво у відповідному регіоні, де можуть представити свої розробки.

Повертаючись до українських реалій слід зазначити, що сфера розвитку креативних індустрій сьогодні реалізовується лише за рахунок коштів приватних інвесторів. Проте їхня зацікавленість найшвидше з'являється тоді, коли мова заходить або про комерційну вигоду, або про покращення власного іміджу. На жаль, міської програми з розвитку креативних індустрій досі не існує навіть у Києві, не кажучи вже про інші регіони держави, хоча креативний сектор економіки, що має велику додану вартість, є одним з чинників розвитку міста.

Отже, які кроки необхідно зробити регіональними та місцевим органам влади аби стимулювати розвиток креативних просторів та загалом культурних креативних індустрій в Україні, особливо в контексті нинішньої реформи місцевого самоврядування та децентралізації влади в Україні.

Найважливіше і водночас найважче, що необхідно зробити на першому етапі, - це донести до всіх представників регіональної та міської влади, що собою являє креативний сектор економіки, яка його роль у суспільстві та в економічних процесах регіону, на якому місті він повинен стояти у пріоритетах регіонального розвитку, а також яка насправді від нього користь. До прикладу, засновник «Фабрики мистецтв» (Fabryka Sztuki) [8] у польському місті Лодзь витратив дуже багато часу і сил, пояснюючи це місцевій владі. Для нього дуже важливо було знайти людину, яка стояла б на боці такого проекту у самій міській адміністрації. І коли така людина з'явилась, реалізація даного проекту стала набагато простішою. Тобто першою проблемою організаторів було переконати місцеву владу у тому, що хаб креативної економіки в місті є не просто потрібним, а цілком необхідним [9].

Важливість підтримки місцевої влади при реалізації проектів креативних просторів важко переоцінити. Водночас, мова йде не стільки про фінансову підтримку (хоча прозоре грантове фінансування може дуже допомогти на старті певних проектів), як про полегшення доступу активістів, митців та культурних менеджерів до просторів, де можна розвивати креативний сектор економіки. Тут мається на увазі інфраструктура регіону (будівлі, відкриті майданчики), яка не використовується і просто руйнується.

Нині єдиним дійсно успішним прикладом такої співпраці між владою (правда не міською, а державною) та культурним підприємництвом можна назвати Національний комплекс Експоцентр Україна [10]. Практично за декілька місяців тут відкрили декілька креативних майстерень, у яких дизайнери можуть робити меблі та елементи вуличної інфраструктури, а тепер встановлюють нові ліхтарі з сонячними панелями [9]. Проте більшість ініціатив зустрічають бюрократичний спротив, який вони неспроможні подолати.

На сьогоднішній день регіони України налічують величезну кількість творчих талантів, більшість з яких ще є нереалізованими, що, в свою чергу, дає можливість розвинути сотні малих підприємств у потужну силу й мати з цього суттєвий прибуток. Важливо розуміти, що Україна вже має креативні індустрії, навіть якщо цей термін не використовується для їх позначення. Аби досягти справді вагомих результатів, необхідно змінити сам спосіб мислення на користь інновацій, поєднавши творчу пристрасть з бізнес-мисленням [7].

Враховуючи все вищезазначене, можна підсумувати, що без оновлення всієї сфери суспільних та культурних відносин, а також сучасних економічних практик ведення бізнесу регіонам України буде вкрай складно вийти на новий щабель розвитку підприємницької діяльності і досягти при цьому суттєвого результату. Передовий світ давно рухається в новому напрямі, а це новітня парадигма розвитку, яку ми повинні досягнути і до якої слід сьогодні пристосуватися.

Список використаних джерел

1. Christian Fuchs. *Internet and Society: Social Theory in the Information Age.* – New York : Routledge, 2008. - 408 p.
2. Nico Stehr. *A World Made of Knowledge. Lecture at the Conference „New Knowledge and New Consciousness in the Era of the Knowledge Society”, Budapest, January 31st 2002*
3. Економіка креативних просторів // [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://pawillion.com/uk/ekonomika-kreativnih-prostoriv/>
4. Coworking Europe 2014// [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://prezi.com/epoe0ogs-wzq/coworking-europe-2014/>
5. Креативні індустрії в Україні: вистояти, просвітити(ся)// [Електронний ресурс] / Режим доступу: www.tyzhden.ua/Society/158758
6. Альтернатива офисам. В Україні становляться популярними коворкінги // [Електронний ресурс] /

Режим доступу: korrespondent.net/business/economics/3542964

7. Європейські орієнтири національної культурної політики та посилення ролі креативних індустрій в контексті сталого соціально-економічного розвитку України // [Електронний ресурс] / Режим доступу:

www.nplu.org/storage/files/Infocentr/Tematch_ogliadi/2015/creative.pdf

8. Fabryka Sztuki w Łodz // [Електронний ресурс] / Режим доступу: www.fabrykasztuki.org/

9. From squats to hubs: What is the creative economy // [Електронний ресурс] / Режим доступу: www.culturepartnership.eu/en/

10. Національний комплекс Експоцентр Україна // [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.expocenter.com.ua/>

References

1. Fuchs, C. (2008). *Internet and Society: Social Theory in the Information Age.* – New York.

2. Stehr, N. (2002). *A World Made of Knowledge.* Lecture at the Conference „New Knowledge and New Consciousness in the Era of the Knowledge Society”, Budapest.

3. Creative space economy. *Ekonomika kreatyvnykh prostoriv.* Website Pawillion, Ukraine. Retrieved from <http://pawillion.com/uk/ekonomika-kreativnih-prostoriv> [in Ukrainian].

4. Coworking Europe 2014. Portal Prezi. Retrieved from <https://com/epoe0ogs-wzq/coworking-europe-2014>

5. Creative industry in Ukraine: stand, enlightenment. *Kreatyvni industriyi v Ukrayini: vystoyaty, prosvitytysya.* Portal Tyzhden, Ukraine. Retrieved from www.tyzhden.ua/Society/158758 [in Ukrainian].

6. Alternative offices. In Ukraine are becoming popular coworking. *Alternatyva ofysam. V Ukrayne stanovyat'sya populyarnymy kovorkynhy.* Portal Korrespondent, Ukraine. Retrieved from www.korrespondent.net/business/economics/3542964 [in Russian].

7. European benchmarks of national cultural policy and strengthening the role of creative industries in the context of sustainable social and economic development of Ukraine. *Yevropeys'ki oriyentyry natsional'noyi kul'turnoyi polityky ta posylennya roli kreatyvnykh industriy v konteksti staloho sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku Ukrayiny.* Official portal of Ukraine Ministry of Culture. Retrieved from www.nplu.org/storage/files/Infocentr/Tematch_ogliadi/2015/creative.pdf

8. Factory Arts in Lodz. *Fabryka mystetstv u Lodz'.* Website Factory Arts. Retrieved from www.fabrykasztuki.org [in Polish].

9. From squats to hubs: What is the creative economy. *EU Eastern Partnership Programme.* Retrieved from www.culturepartnership.eu/en

10. National Complex Expocenter of Ukraine. *Natsional'nyy kompleks Ekspotcenter Ukrayina.* Website KyivExpoCenter. Retrieved from <http://www.expocenter.com.ua> [in Ukrainian].