

УДК 330.341:332.133.6:168.4:005.591.3(1-24)

О. І. Пастернак

кандидат економічних наук, науковий співробітник сектору проблем транскордонного співробітництва ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І.Долішнього НАН України», м. Львів

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

КРЕАТИВНІ ЕКОСИСТЕМИ У СТРАТЕГІЧНІЙ ПЕРСПЕКТИВІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

У статті досліджено сутність креативних екосистем, визначено чинники їх формування в Україні і у світі, здійснено аналіз їх розвитку на базі територіальних громад України та світу, а також обґрунтовано роль креативних екосистем у стратегічній перспективі соціально-економічного розвитку територіальних громад. Виявлено напрями стимулювання розвитку креативних екосистем та загалом культурних креативних індустрій в Україні та їх значення для соціально-економічного розвитку територіальних громад.

Ключові слова: креативні екосистеми, креативні індустрії, креативні простори, регіональний розвиток, креативне підприємництво.

Pasternak O., Karpyak M. CREATIVE ECOSYSTEMS IN STRATEGIC PERSPECTIVE OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF TERRITORIAL COMMUNITIES

The article researches the nature of creative ecosystems, defines the factors of their forming in Ukraine and globally, analyzes their development on the basis of territorial communities of Ukraine and globally and defines the role of creative ecosystems in strategic perspective of social and economic development of territorial communities. The ways to stimulate the development of creative ecosystems and all creative industries in Ukraine and their importance for social and economic development of territorial communities are outlined.

Keywords: creative ecosystems, creative industries, creative spaces, regional development, creative entrepreneurship.

У сучасних умовах трансформації та інформатизації суспільства дедалі більшого значення набуває дослідження процесів становлення та розвитку нових видів економічної діяльності, які формуються на засадах креативності та інноваційності і, своєю чергою, мають значний вплив на життєдіяльність територіальних громад та регіонів. Відтак, прогресивний економічний розвиток останніх сьогодні 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 креативного підприємництва.

Процеси децентралізації сприяли підвищенню активності місцевих громад, які, своєю чергою, стали шукати можливості для розширення свого потенціалу, генерування нових ідей та пошуку конкурентних переваг з метою формування конкурентоспроможної громади, привабливої для життєдіяльності, господарювання та відпочинку її мешканців. Таким чином, дедалі більшого значення стали набувати унікальність та новизна ідей, впровадження інноваційних підходів до управління та пошуку механізмів креативного розвитку громад і територій.

Метою статті є обґрунтування сутності креативних екосистем та їх значення для соціально-економічного розвитку територіальних громад.

Сьогодні виникає безліч нових інноваційних механізмів розвитку територій, активними учасниками яких є пересічні громадяни – мешканці цих територій. Якщо раніше суб'єктами певних економічних процесів в регіонах були підприємства чи громадські організації, то зараз це просто зацікавлені особи, яким не байдужа доля їхньої громади. Людина не може бути осторонь процесів, які проходять у суспільстві, а тому шукає механізми участі у них. Світова практика демонструє, що найуспішніші ініціативи опираються на спільну участь державних і приватних осіб.

Процеси активізації громад сприяли появі нових організаційних моделей, які базуються на принципах самоорганізації, вирішальної ролі індивіда, зростання значення інтелектуальної праці та віртуалізації.

Такі моделі стають платформами для формування і розвитку креативного суспільного класу, простором, де людина прагне розвиватися, працювати, вкладати кошти, відпочивати, налагоджувати нові знайомства, формувати команду фахівців-однодумців, розвивати власну справу.

Ключовими тенденціями співпраці в сучасних умовах, як свідчить іноземний досвід, є: використання сучасних інформаційних технологій, нових каналів зв'язку, фінансових та інтелектуальних ресурсів, місцевих ключових компетенцій, нових механізмів співпраці, зокрема, краудсорсингу і краудфандингу,

нових організаційних форм (коворкінги, арт-кластери, хаби, арт-інкубатори тощо).

Формування креативних екосистем є одним із перспективних напрямів інноваційного розвитку громад. В країнах-членах ЄС креативні індустрії є прибутковим сектором економіки. Розвиток економіки знань свідчить про ефективність співпраці, яка ґрунтується на перетині бізнесу, мистецтва, інновацій та технологій. Практика показує, що потенціал творчих галузей в Україні залишається значною мірою нереалізованими. Розвиток своєрідних творчих екосистем дозволить прикордонним територіям генерувати свіжі ідеї та успішно їх реалізовувати. Саме тому державна політика повинна стимулювати інновації, підтримку експериментів та творчих підходів і сприяти розвитку в більш широкому масштабі.

Серед чинників виникнення креативних просторів в Україні і у світі можна віднести такі:

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

Вищезгадані чинники призводять до виникнення сучасних моделей співпраці у креативній економіці, таких як коворкінг, ревіталізація, креативні хаби, креативні кластери тощо. Концентрація на певній території незалежних працівників креативної індустрії (фрілансерів, бізнесменів, митців, художників, дизайнерів, веб-дизайнерів, програмістів) має позитивний вплив на розвиток території, де створюється «ядро креативу», здатне об'єднати навколо себе чималу кількість працівників креативних індустрій, що дозволить проводити виставки, мистецькі заходи, фестивалі або ж реалізовувати нові стартапи, творчі або бізнесові проекти тощо. З іншого боку ревіталізація закинутих об'єктів промисловості, наприклад шахт, заводів, промзон, старих трамвайних депо, з метою реалізації там коворкінгів, арт-кластерів, хабів, арт-інкубаторів сприятиме ефективному використанню наявних закинутих ресурсів, яких є досить багато.

Серед сфер, в яких використовується креатив, можна назвати дизайн, кінематограф, рекламну діяльність, архітектуру, моду, мистецтво, книговидання, комп'ютерні ігри та інформаційні технології, музику, засоби масової інформації, театр тощо. Такий широкий перелік дозволяє реалізувати надбання креативної економіки практично у будь-якій сфері життя.

Створення коворкінгів дозволяє легко знайти необхідного спеціаліста, наприклад дизайнера, веб-дизайнера чи програміста, або ж отримати юридичні та бухгалтерські послуги не виходячи за межі території. Крім цього в коворкінгу легко можна завести ділові контакти, провести переговори, скористатися необхідною офісною технікою, а також відвідувати різноманітні освітні навчальні проекти,

майстер-класи, розважальні події, фестивалі, конференції.

На сьогодні коворкінги є новою екосистемою, мережею людей, об'єднаних ідеями, новими технологіями та креативністю. В світі останнім часом з'являються спеціалізовані за певними секторами коворкінги, які об'єднують працівників однієї галузі. У Мілані, зокрема, така форма праці є настільки популярною, що кількість таких закладів стрімко зростає, а міська рада компенсує пост-фактум оплату робочого місця в коворкінгу для бажаючих [1].

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.

В Україні вже кілька років реалізуються перші проекти подібного характеру. Наприклад, клуб Closer на території стрічкоткацької фабрики у Києві на Подолі, багатофункціональний хаб колишній ДШК на лівому березі Києва, арт-завод «Платформа», де зараз проводять фестивалі вуличної їжі, діє коворкінг та відбуваються концерти, київський ВДНГ, Ізо-студії на території промислового підприємства, навчально-виробничий комплекс «Гогольфест» на території промзони, проект «Фабрика повідла» у Львові на території закинутого консервного заводу в районі Підзамче, проект «Креативний квартал» - новий багатофункціональний простір для підприємців, великий інноваційний культурний хаб, який передбачає стартап-бокси, коворкінги, антикафе, креативний ресторан, центр розвитку дітей, хакер-спейси, творчі майстерні, еко-парк, центр урбаністики тощо [2].

Загалом 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.

Проте, незважаючи на успішність реалізованих проектів, їх ще досить мало в Україні. Що стосується коворкінгів, то найбільше їх функціонує у Києві (28 коворкінгів станом на 2017 рік; 35 – станом на 2018 рік) [4]. Серед інших міст лідерів – Харків, Одеса, Львів, Дніпро. З'являються коворкінги також у

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ПЕРІОДУ УКРАЇНИ

менших містах, таких як Тернопіль, Житомир, Маріуполь, Чернівці, Черкаси. У 2018 році їх загальна кількість за даними різних джерел коливається від 48 до 61 об'єкта. Тобто можна констатувати тенденцію до поширення не лише у великих містах.

Як свідчать дослідження експертів, популярність коворкінгів настільки велика, що 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 [5].

Активному розвитку таких сучасних інноваційних моделей сприяють:

- активна реклама нових моделей співпраці в мас-медіа, особливо в мережі Інтернет та соціальних мережах;
- презентація досвіду успішних проектів;
- вивчення та поширення іноземного досвіду відкриття коворкінгів, арт-хабів тощо;
- підтримка органами влади відкриття таких закладів, допомога у пошуку вільних територій та приміщень для їх реалізації.

Цікавими управлінськими механізмами, вартими уваги для розвитку територіальних громад є краудсорсинг і краудфандинг.

Краудсорсинг ґрунтується на передбаченні бажання споживачів безкоштовно або ж за невелику суму поділитися своїми ідеями виключно за рахунок бажання побачити ці ідеї втіленими в життя. Основна ідея краудсорсингу для підприємства чи організації – знизити свої витрати, а також отримати нові цікаві ідеї. Даний інструмент дозволяє: залучити простих людей і дає стимул «мікролокальній» активності; отримати різноманітні корисні дані з реального життя; створити спільноту небайдужих; активізувати молодь; активізувати тих, хто раніше не знав, що робити з порушенням його прав або не знав про свої права взагалі.

Проект «Ралі Сент-Луїс» (Rally Saint Louis) – перша у своєму роді платформа краудсорсинга і краудфандинга, що продукує використання ідей мешканців регіону та їх фінансування, а потім використовує ці ідеї для просування регіону Сент-Луїс. Це унікальне зусилля, що кардинально відрізняється від будь-чого, що коли-небудь робили, не тільки в регіоні Сент-Луїс, але й у США.

Принцип функціонування цього проекту такий: наприклад у когось із мешканців є ідея створити громадський сад у лісопарку або нове місце в центрі, де місцеві художники можуть показати свої роботи. Творчі люди заходять на сайт, реєструються і представляють свої ідеї. Перша п'ятірка ідей переможців згідно з голосуванням кожного місяця отримує бюджет і ресурси, щоб рухатися вперед. Ідеї знову викладають на сайт, щоб користувачі могли пожертвувати гроші для фінансування проектів. Ралі

Сент-Луїс має підтримку Конвенції та Комісії відвідувачів, Регіональної палати та Асоціації зростання і мера Сент-Луїса [6]. Але це не означає, що гроші йдуть лише від них, адже чималі кошти надходять від приватних пожертвувань.

Ралі Сент-Луїс – це унікальний підхід, який дозволяє поєднати соціальні медіа та маркетинг. Цей проект сприяє гуртуванню навколо хорошої ідеї ентузіастів та спонукає діяти, а не сидіти без діла і говорити про те, що саме має міська влада робити для вирішення певних справ.

Аналіз існуючих проектів краудсорсингу та краудфандингу свідчить, що на сьогодні ці інструменти зазвичай використовують у соціальних та благодійних проектах, створенні різноманітних карт, як друкованих, так і інтерактивних, вирішенні екологічних проблем.

В Україні поступово з'являються проекти, які ґрунтуються на використанні краудсорсинга і краудфандинга. Серед найуспішніших необхідно назвати такі:

- Інтернет-проект Спільнокошт дозволяє зібрати гроші на певну ідею, знайти стартовий капітал для соціального бізнесу, гроші на розробку певного винаходу, зйомку фільму тощо. Також можна підтримати коштами кращі із запропонованих проектів. Серед успішних реалізованих проектів Спільнокошту є ідеї як соціального, так і економічного, мистецького, освітнього, екологічного характеру.
- «Зробимо Україну чистою» – проект, який передбачає реєстрацію на сайті акції з метою прибирання своєї території. В 2012 році до акції приєдналося 22 тис. учасників, тоді як в 2015 році – 385581 особа в 2832 населених пунктах. На даний час проект переріс у волонтерський екологічний рух, який включає в себе Всеукраїнський Фестиваль чистоти, еко-квести, перегляд «зелених» фільмів, висадження дерев та квітів, еко-форуми, майстер-класи, польову кухню та флеш-моби.
- Ініціатива ГО Всесвітнього фонду дикої природи в Україні (WWF) по захисту навколишнього середовища та боротьби з екологічними проблемами, безпосередньо пов'язаними з людською діяльністю – спеціальна карта «ЕкоМапа», яку будь-який користувач може використовувати для позначення екологічної проблеми свого регіону, або інформації щодо вирішення проблем інших регіонів України, а також голосування за проблему, яка потребує першочергового вирішення. У результаті до вирішення п'яти найважливіших проблем (за результатами голосування) приєднується команда WWF в Україні.
- Карта ресторанів Києва, в яких не палять, а також аналогічна карта для мобільних пристроїв iPhone и iPad і Google-карти «Тут не палять». Ці проекти користуються великим

попитом серед киян і переростають у своєрідну «культуру» здорового способу життя, навіть модну традицію.

Аналіз вищезгаданих проєктів дозволяє зробити висновок, що краудсорсинг і краудфандинг є перспективними інструментами розвитку для територіальних громад, особливо в умовах обмеженості фінансових ресурсів.

Основною проблемою розвитку краудсорсингу і краудфандингу на даний час в Україні є недостатнє інформування громадськості щодо їх сутності та можливостей. Для успішного використання цих інноваційних інструментів територіальними громадами України необхідно насамперед реалізувати низку маркетингових кроків, зокрема:

- провести активну презентацію реалізованих проєктів в соцмережах та мережі Інтернет;
- представити проєкти в друкованих рекламних матеріалах, шляхом реклами в ЗМІ, на навчальних семінарах для органів влади і зацікавлених осіб;
- організувати публікації успішних проєктів;
- підготувати спеціальні інформаційні та презентаційні матеріали;
- забезпечити участь представників проєктів у круглих столах та конференціях тощо.

Висновки. Враховуючи все вищезазначене, можна підсумувати, що 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, а щоб досягти справді вагомих результатів, громадам необхідно змінити підхід до свого розвитку, надавши першість інноваціям та поєднавши креативне мислення з підприємницьким хистом.

Список використаних джерел

1. Комаревич О. Коворкінг в Милане: как работать вместе // Milan Week. – 2017. – Режим доступу : www.milanweek.ru/coworking-в-милане/
2. Салій Ю., Кайдан Т. Від сквотів до хабів : звідки береться креативна економіка // Українська правда. – 21.10.2015. – Режим доступу : <http://life.pravda.com.ua/culture/2015/10/21/202073>

3. Кравчук К. Економіка креативних просторів // Pawillion. – 15.04.2015. – Режим доступу : <http://pawillion.com/uk/ekonomika-kreativnih-prostoriv/>

4. Каталог коворкінгів України. – 2017. – Режим доступу : <http://www.coworking.com.ua/>

5. Альтернатива офісам. В Україні становляться популярними коворкінги // Корреспондент. – 2017. – Режим доступу : <http://korrespondent.net/business/economics/3542964>

6. Bissell G., Rally St. Louis offers you a way to make the city better / G. Bissell // News Channel 5. – 2012, November 15. – Режим доступу : <http://archive.ksdk.com/news/local/story.aspx?storyid=347725>

References:

1. Komarevych, O. (2014, November 19). *Kovorking v Milane: kak rabotat' vmeste* [Coworking in Milan: how to work together]. *Portal Milanweek*, Russia. Retrieved from www.milanweek.ru/coworking-в-милане/ [in Russian].

2. Saliy, Y., & Kaidan, T. (2015, October 21). *Vid skvotiv do khabiv: zvidky beret'sya kreatyvna ekonomika* [From squats to hubs: What is the creative economy]. *Website Ukrainian Pravda – Life pravda*, Ukraine. Retrieved from <https://life.pravda.com.ua/culture/2015/10/21/202073> [in Ukrainian].

3. Kravchuk, K. (2015, April 15). *Creative space economy. Ekonomika kreatyvnykh prostoriv*. *Website Pawillion*, Ukraine. Retrieved from <http://pawillion.com/uk/ekonomika-kreativnih-prostoriv/> [in Ukrainian].

4. *Kataloh kovorkinhiv v Ukrayini* [Catalogue of co-workings in Ukraine] (2017). Retrieved from <http://www.coworking.com.ua/>

5. *Alternatyva ofysam. V Ukrayne stanovyat'sya populyarnymy kovorkynhy* [Alternative offices. In Ukraine are becoming popular coworking] (2017). *Portal Korrespondent*, Ukraine. Retrieved from www.korrespondent.net/business/economics/3542964 [in Russian].

6. Bissell, G., & Rally, St. (2012, November 15). *Louis offers you a way to make the city better*. *Website News Channel 5*. Retrieved from <http://archive.ksdk.com/news/local/story.aspx?storyid=347725>