

Л.М. Акімова, д.держ.упр., професор
Національного університету водного господарства та природокористування
А.В. Герман, аспірант
Державний університет «Житомирська політехніка»

Роль малого бізнесу у формуванні креативної економіки в Україні

У роботі досліджуються теоретичні аспекти малого бізнесу у формуванні креативної економіки. Важливим завданням будь-якої економіки є забезпечення швидкого економічного зростання, що не є можливим без застосування підприємницьких інновацій. Визначено, що основні переваги малого бізнесу полягають у здатності швидко реагувати на зміни на ринку, більшій гнучкості у прийнятті рішень та здатності до інновацій. Зростання креативної економіки тісно пов'язане зі створенням сприятливого бізнес-середовища всередині країни, що є ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності національної економіки. В умовах євроінтеграції розвиток людського потенціалу, підприємництва та інновацій у контексті розвитку креативних індустрій може забезпечити підвищення конкурентоспроможності української економіки, а також довгострокове економічне зростання та інноваційний розвиток підприємств. Креативна економіка за своєю природою являє собою злиття комерційних процесів і людського капіталу з акцентом на креативність і нестандартне мислення. Це партнерство породжує інноваційні ідеї та рішення. Проте компанії стикаються з різними проблемами, такими як насичення ринку, конкуренція та зміна споживчих вимог. Успіх бізнесу залежить від його здатності адаптуватися та залишатися конкурентоспроможним перед лицем цих перешкод. У статті висвітлюються переваги малого бізнесу, фактори, що впливають на економічний розвиток, виклики становлення малого бізнесу та креативної економіки, а також роль малого бізнесу та креативної економіки під час конфліктів. Визначено основні проблеми, що впливають на формування бізнес-середовища та функціонування великих, середніх та малих підприємств, а саме: податкове навантаження, зокрема адміністративні обтяження; корумпованість державних інституцій; проблеми судової системи та слабкий захист прав власності; недостатня кількість кваліфікованого персоналу; нестача оборотного капіталу та проблеми в логістичних зв'язках. Запропоновано ряд заходів для ефективного формування сприятливого бізнес-середовища та розвитку креативних індустрій.

Ключові слова: малий бізнес; креативна економіка; бізнес-середовище; конкурентоспроможність; інновації; насичення ринку; конкуренція; запити споживачів; економічний розвиток; виклики; адаптація; конфлікт.

Постановка проблеми. У сучасному глобалізованому світі, позначеному новими викликами та змінами, з'явилася нова парадигма розвитку, яка побудована на засадах творчості, знань і доступу до інформації, які разом слугують потужним двигуном для сприяння економічному зростанню. Цей підхід довів свою ефективність у просуванні прогресу.

Зростання креативної економіки нерозривно пов'язане зі створенням сприятливого бізнес-середовища в країні. Це основний фактор, який може підвищити конкурентоспроможність національної економіки. Креативна економіка, за своєю природою, є злиттям комерційних процесів і зусиль людського капіталу з акцентом на творчості та нестандартному мисленні. Результатом цього партнерства є генерація інноваційних ідей та рішень. Однак компанії мають долати різноманітні виклики, такі як насичення ринку, конкуренція та зміна споживчих вимог. Успіх бізнесу залежить від його здатності адаптуватися та залишатися конкурентоспроможним перед лицем цих перешкод.

Аналіз останніх досліджень. У своїх наукових працях Т.Манро, С.Ариеті, Ч.Лендрі, Ф.Біанчіні, Дж.Хокінс, Р.Флорида та інші дослідники детально досліджують розвиток креативної економіки та її вплив на формування малого бізнесу.

Мета статті. Основною метою статті є дослідження малого бізнесу як чинника формування креативної економіки в Україні.

Викладення основного матеріалу. Сфера бізнесу – це складна та багатогранна система, на діяльність якої впливають різноманітні внутрішні та зовнішні чинники, що позначаються на економічних суб'єктах. Зростання бізнесу, чи то малого, середнього чи то великого, відкриває можливості для впровадження інноваційних концепцій і технологій, які у свою чергу призводять до економічного зростання. Однак, підприємствам доводиться стикатися з численними перешкодами, враховуючи насиченість ринку, конкуренцію та коливання споживчих уподобань. Процвітання бізнесу залежить від його здатності адаптуватися та залишатися конкурентоспроможним перед викликами [8].

Сучасні технології використовуються в багатьох сферах діяльності, що дозволяє країнам отримати конкурентну перевагу над іншими. Ефективна діяльність суб'єктів підприємницької діяльності сприяє зростанню як місцевої, так і національної економіки, створюючи можливості для працевлаштування та збільшуючи доступність конкурентоспроможних продуктів і послуг. Враховуючи сучасні тенденції глобалізації та цифровізації, для урядів вкрай важливо розробити інституційну структуру, яка підтримує зростання бізнесу. Таке середовище забезпечить необхідну допомогу для успішної реалізації бізнес-починків, сприяючи економічному процвітання [5].

Україна має великий потенціал для розвитку малого бізнесу. Він є важливим чинником формування креативної економіки, яка є одним з основних напрямів розвитку сучасного світу.

Малий бізнес в Україні має багато переваг. Він сприяє розвитку нових ідей, прискорює інновації та забезпечує конкурентоспроможність в економіці. Основні переваги малого бізнесу полягають у здатності швидко реагувати на зміни на ринку, більшій гнучкості у прийнятті рішень та здатності до інновацій. Малі підприємства можуть бути більш адаптивними до зміни умов ринку, що дозволяє їм збільшувати свою конкурентоспроможність [9].

Крім того, малий бізнес є важливим джерелом зайнятості. Він забезпечує робочі місця для більшості населення та сприяє зменшенню безробіття. Малі підприємства створюють нові робочі місця, що важливо для забезпечення стабільності розвитку країни та підвищення рівня життя населення.

Зрозуміло, що малий бізнес є ключовим чинником формування креативної економіки в Україні. Він створює інноваційні продукти та технології, забезпечує зайнятість та сприяє розвитку економіки країни.

Також важливо зазначити, що малий бізнес має потенціал стати значним експортером. За останні роки українські малі підприємства успішно виходили на світові ринки, представляючи якісні продукти та послуги. Це створює нові можливості для розвитку економіки країни [11].

Для того щоб малий бізнес розвивався успішно, потрібно забезпечувати підтримку від держави та інших зацікавлених сторін, а також створювати сприятливі умови для його розвитку. Зокрема, наявність доступних джерел фінансування та бізнес-інкубаторів, що допоможуть підприємствам зростати та розвиватися.

Розвиток будь-якої економіки залежить від кількох факторів, враховуючи такі, як:

- Роль інноваційних підприємств і їх продукції на внутрішніх та зовнішніх ринках. Частка інноваційних компаній і їх успіх в реалізації продуктів важлива для стимулювання економічного зростання та конкурентоспроможності.

- Відкритість економіки, що передбачає здатність суб'єктів економіки аналізувати та вдосконалювати свої бізнес-моделі, ефективно використовувати ресурси та створювати цінності для різних зацікавлених сторін.

- Нейтральність та недискримінаційність основних систем регулювання, зокрема фінансової і податкової. Справедлива та рівноправна система регулювання сприяє створенню сприятливих умов для всіх учасників ринку, зокрема малого бізнесу [6].

Для країн, що розвиваються, ці фактори є важливими передумовами довгострокового зростання і підвищення конкурентоспроможності.

Одним із ключових трендів у світовій економіці є рециклічність, тобто здатність поглинати та переробляти відходи з метою збереження навколишнього середовища та створення нових ринків і нематеріальних продуктів. Креативність також є важливою, оскільки вона сприяє формуванню нових ринків і продуктів [2].

Ефективне стимулювання креативної рециклічної економіки може бути досягнуто через перехід від життєвого циклу товару до життєвого циклу підприємства, врахування соціальних та екологічних викликів у бізнес-моделі та сприяння кооперації замість конкуренції.

Наприклад, національні агенції можуть грати важливу роль у стимулюванні інновацій шляхом формування початкового попиту на розробки креативних та рециклічних підприємств, підприємців та стартапів. Фінансова підтримка на різних рівнях, разом з конкурсним розподілом коштів, може сприяти розвитку нових видів діяльності [1].

Глобальна ініціатива зі звітності (далі – GRI) є прикладом відкритості економіки, оскільки вона сприяє інтеграції фінансової, соціальної, екологічної та іншої нефінансової інформації в один звіт транснаціональних та міжнародних компаній.

Однак викликом для країн, що розвиваються, є інституційна відсталість їх систем регулювання, зокрема фінансово-податкової системи. Незавершені реформи у цих сферах можуть становити загрозу для інноваційного малого бізнесу і погіршувати міжнародну конкурентоспроможність країни.

Усвідомлення викликів та пошук шляхів для стимулювання креативної рециклічної економіки мають бути предметом дискусій між малим бізнесом, громадянським суспільством і владою, а також об'єктом досліджень науковців та практиків. Це сприятиме компенсації інституційних недоліків та відновленню економічного зростання в Україні [4].

Незважаючи на те, що бізнес-середовище в Україні поступово покращувалося до 2022 року, поточна ситуація воєнних дій створила складні умови для функціонування бізнесу. Війна приносить нові виклики, які ускладнюють діяльність всіх типів підприємств. Основні проблеми, що впливають на формування бізнес-середовища та функціонування великих, середніх та малих підприємств:

- Податкове навантаження, зокрема адміністративні обтяження.
- Корумпованість державних інституцій.
- Проблеми судової системи та слабкий захист прав власності.
- Недостатня кількість кваліфікованого персоналу.
- Нестача оборотного капіталу та проблеми в логістичних зв'язках тощо [10].

Ці проблеми гальмують готовність іноземних інвесторів працювати в Україні через великі ризики та уповільнюють притік іноземного капіталу до національної економіки.

На сьогоднішній день помітно зросла валова додана вартість від креативних галузей в Україні. Наприклад, менше ніж 10 років тому додана вартість у сферах креативної економіки складала 31 мільярд гривень, що становило близько 3 % від загальної валової доданої вартості (за даними на 2013 рік). Проте до 2020 року цей обсяг збільшився до 132,4 мільярдів гривень, що становило 4,2 % від загальної доданої вартості [11].

Однією з найуспішніших галузей креативної економіки в Україні є сфера інформаційних технологій. Завдяки розвитку цієї галузі значна частина валової доданої вартості від креативних індустрій формується саме тут. Навіть під час кризи, пов'язаної з пандемією коронавірусу та послабленням позицій багатьох креативних сфер, сфера інформаційних технологій продемонструвала покращення показників у 2020 та 2021 роках. Дизайн та інші види діяльності також є одними з небагатьох креативних галузей, що показують успіх.

Успішними та швидкозростаючими сферами креативної економіки з високою віддачею є маркетинг, реклама та PR, а також аудіовізуальне мистецтво.

В цілому, креативні індустрії в Україні виявляють позитивну динаміку в багатьох аспектах. За даними Держстату, у 2021 році частка мистецтва, спорту, розваг та відпочинку у валовому внутрішньому продукті (ВВП) зросла на 4,5 %. Крім того, кількість компаній та працівників, залучених до креативних галузей, швидко зростає. У 2020 році відсоток зайнятих у креативній економіці становив 4 % (близько 360,3 тисячі співробітників порівняно з 350 тисячами у 2019 році) [11]. Навіть попри наслідки коронакризи, яка призвела до спаду ВВП у 2020 році та негативного впливу на багато видів креативної діяльності, загальна тенденція залишається позитивною [3].

У період повномасштабної війни з росією, що розпочалася 24 лютого 2022 року, стан креативної економіки зазнав певних змін. Креативна економіка понесла великі втрати, оскільки багато підприємств перестали функціонувати на повну потужність, а багато працівників цих галузей емігрували за кордон. Під час війни припинили свою діяльність близько 40 % усіх підприємств креативних індустрій, а деякі з них закрилися назавжди [11]. Це призвело до втрати робочих місць для багатьох людей, а представники сфери маркетингу, веб-дизайну, архітектури, фотографії та інших галузей знайшли роботу за кордоном. Найбільше постраждала сфера архітектурного дизайну, а також багато мистецьких та культурних пам'яток було зруйновано [3]. Проте після війни розвиток архітектурної галузі може стати важливим для реконструкції зруйнованих об'єктів.

Незважаючи на це, під час війни з'явилися або значно розвинулися багато креативних сфер, зокрема, інформаційні технології, цифровізація освіти, медичної системи, державних послуг та інші. Креативні індустрії відіграють важливу роль у досягненні швидшої перемоги для України, оскільки їх представники активно воюють на кіберфронті, створюють нові креативні та інноваційні можливості для країни та допомагають армії та Україні шляхом багатьох волонтерських ініціатив [11].

Висновки. Формування та розвиток бізнес-середовища значно впливає на будівництво інноваційно-інвестиційної моделі економіки. Ключовим напрямом розвитку є креативна економіка, яка ґрунтується на діяльності бізнесу та людського капіталу, здатного до креативного мислення, творчості, розумової праці й інноваційного продукту.

Для ефективного формування сприятливого бізнес-середовища та розвитку креативних індустрій державі необхідно впровадити ряд заходів, таких як: поліпшення правових інститутів у сфері підприємницької діяльності для спрощення управління бізнесом, розробка ефективного механізму надання доступного кредиту та податкових пільг для бізнесу, створення відповідного інституціонального середовища для покращення інвестиційної діяльності в країні тощо. Впровадження запропонованих заходів сприятиме покращенню бізнес-клімату в Україні та збільшить конкурентні переваги національної економіки в глобальному світі, де швидко розвиваються цифрові технології та креативні галузі.

Список використаної літератури:

1. Чуль О.М. Система креативних індустрій як основа формування креативної економіки в регіоні / О.М. Чуль // Економічні науки. Сер. : Облік і фінанси. – 2013. – № 10. – С. 166–173.
2. Статистичний звіт про творчу та культурну робочу силу в Європі / Т.Дент, Р.Комуніан, Б.Конор та ін. – 2020 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://disce.eu/wp-content/uploads/2020/05/DISCE-Report-D3.2.b.pdf>.

3. Діяльність підприємств. Статистична інформація. Економічна статистика / Держстат [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
4. Флемінг Т. Культурні та творчі переливи в Європі : Звіт про попередній огляд доказів, творча консультативна компанія Тома Флемінга / Т. Флемінг. – 2015. – С. 56–58.
5. Федеральне міністерство економіки та енергетики Німеччини : Звіт про моніторинг культурних та креативних індустрій. – 2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ucf.in.ua/storage/docs/14022020/2019.pdf>.
6. Куриляк В.С. Креативна економіка як нова парадигма постіндустріальної цивілізації / В.С. Куриляк, М.А. Живко, Б.В. Литовченко // Вісник Академії митної служби України. Сер. : Економіка. – 2013. – № 2. – С. 92–98.
7. Кирилюк С.В. Міжнародні та вітчизняні тенденції розвитку креативної економіки / С.В. Кирилюк // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – № 6. – С. 68–72.
8. Мельник Т.О. Державна підтримка малого і середнього підприємства в Україні / Т.О. Мельник // Вісник ЖДТУ. – 2015. – № 1 (71). – С. 102–108.
9. Мерзвинська А. Креативна економіка: особливості та тенденції розвитку / А.Мерзвинська // Молодий вчений. – 2019. – № 2. – С. 637–640.
10. Шахно А.Ю. Проблеми формування бізнес-середовища в умовах розвитку креативної економіки / А.Ю. Шахно // Інтернет-конференції ХНУМГ ім. О.М. Бекетова. – 2023 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ojs.kname.edu.ua/index.php/view/3166>.
11. Цифрові можливості аграрної економіки України у військовий період / А.В. Шестакова, В.О. Ткачук, Т.І. Мельник, В.В. Травін // Економіка, управління та адміністрування. – 2022. – № 3 (101). – С. 15–23.
12. Тарабукіна О.Л. Основні напрямки стимулювання розвитку малого бізнесу України в період системних порушень в економіці / О.Л. Тарабукіна, М.Ю. Ярмолюк // Вісник ЖДТУ. – 2011. – № 2 (56). – С. 115–120.
13. Ткачук В.О. Електронний бізнес: перемоги та ризики в період цифрової трансформації / В.О. Ткачук, Т.І. Мельник, Ю.В. Богоявленська // Економіка, управління та адміністрування. – 2021. – № 4 (98). – С. 28–35.
14. Ушкаренко Ю.В. Креативна економіка: сутність поняття та значення для України в умовах європейської інтеграції / Ю.В. Ушкаренко, А.В. Чмут, К.М. Сняжкова // Економіка і суспільство. – 2018. – № 18. – С. 67–72.
15. Як війна вплинула на креативні індустрії України: дослідження / CASES. – 2022 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://cases.media/article/doslidzhennya-cases-yak-viina-vplynula-na-kreativni-industriyi-ukrayini>.
16. Жалінська І.В. Становлення сучасних теоретичних положень про організацію в аспекті розвитку науки управління / І.В. Жалінська // Вісник ЖДТУ. Сер. : Економічні науки. – 2017. – С. 66–71.

References:

1. Chul, O.M. (2013), «Systema kreatyvnykh industrii yak osnova formuvannya kreatyvnoi ekonomiky v rehionii», *Ekonomichni nauky. Ser. Oblik i finansy*, No. 10, pp. 166–173.
2. Dent, T., Komunian, R., Konor, B. et al. (2020), *Statystychnyi zvit pro tvorchu ta kulturnu robochu sylu v Yevropi*, [Online], available at: <https://disce.eu/wp-content/uploads/2020/05/DISCE-Report-D3.2.b.pdf>
3. Derzhstat, *Diialnist pidpriemstv. Statystychna informatsiia. Ekonomichna statystyka*, [Online], available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Fleminh, T. (2015), *Kulturni ta tvorchii perelyvy v Yevropi*, Zvit pro poperednii ohliad dokaziv, tvorcha konsultatyvna kompaniia Toma Flemma, pp. 56–58.
5. *Federalne ministerstvo ekonomiky ta enerhetyky Nimechchyny* (2019), Zvit pro monitorynh kulturnykh ta kreatyvnykh industrii, [Online], available at: <https://ucf.in.ua/storage/docs/14022020/2019.pdf>
6. Kuryliak, V.Ie., Zhyvko, M.A. and Lytovchenko, B.V. (2013), «Kreatyvna ekonomika yak nova paradyhma postindustrialnoi tsyvilizatsii», *Visnyk Akademii mytnoi sluzhby Ukrainy. Ser. Ekonomika*, No. 2, pp. 92–98.
7. Kyryziuk, S.V. (2014), «Mizhnarodni ta vitchyzniani tendentsii rozvytku kreatyvnoi ekonomiky», *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*, No. 6, pp. 68–72.
8. Melnyk, T.O. (2015), «Derzhavna pidtrymka maloho i serednoho pidpriemstva v Ukraini», *Visnyk ZhDTU*, No. 1 (71), pp. 102–108.
9. Merzhvynska, A. (2019), «Kreatyvna ekonomika: osoblyvosti ta tendentsii rozvytku», *Molodyi vchenyi*, No. 2, pp. 637–640.
10. Shakhno, A.Iu. (2023), «Problemy formuvannya biznes-seredovyscha v umovakh rozvytku kreatyvnoi ekonomiky», *Internet-konferentsii KhNUMH im. O.M. Beketova*, [Online], available at: <https://ojs.kname.edu.ua/index.php/view/3166>
11. Shestakova, A.V., Tkachuk, V.O., Melnyk, T.I. and Travin, V.V. (2022), «Tsyfrovi mozhlyvosti aharnoi ekonomiky Ukrainy u viiskoviy period», *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannya*, No. 3 (101), pp. 15–23.
12. Tarabukina, O.L. and Yarmoliuk, M.Iu. (2011), «Osnovni napriamky stymuliuvannya rozvytku maloho biznesu Ukrainy v period systemnykh porushen v ekonomitsii», *Visnyk ZhDTU*, No. 2 (56), pp. 115–120.
13. Tkachuk, V.O., Melnyk, T.I. and Bohoiavlenska, Yu.V. (2021), «Elektronnyi biznes: peremohy ta ryzyky v period tsyfrovoi transformatsii», *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannya*, No. 4 (98), pp. 28–35.
14. Ushkarenko, Yu.V., Chmut, A.V. and Syniakova, K.M. (2018), «Kreatyvna ekonomika: sutnist poniattia ta znachennia dlia Ukrainy v umovakh yevropeiskoi intehratsii», *Ekonomika i suspilstvo*, No. 18, pp. 67–72.
15. CASES (2022), *Yak viina vplynula na kreatyvni industrii Ukrainy: doslidzhennia*, [Online], available at: <https://cases.media/article/doslidzhennya-cases-yak-viina-vplynula-na-kreativni-industriyi-ukrayini>
16. Zhalinska, I.V. (2017), «Stanovlennia suchasnykh teoretichnykh polozhen pro orhanizatsiiu v aspekti rozvytku nauky upravlinnia», *Visnyk ZhDTU. Ser. Ekonomichni nauky*, pp. 66–71.

Акімова Людмила Миколаївна – доктор наук з державного управління, професор, професор кафедри національної безпеки, публічного управління та адміністрування Національного університету водного господарства та природокористування.

Наукові інтереси:

- економіка;
- фінанси;
- державне управління.

Герман Андрій Валентинович – аспірант кафедри національної безпеки, публічного управління та адміністрування Державного університету «Житомирська політехніка».

<https://orcid.org/0000-0003-4065-9945>.

E-mail: andriybasket95@gmail.com.

Akimova L.M., Herman A.V.

The role of small business in forming the creative economy in Ukraine

This article explores the role of small business in the formation of a creative economy in Ukraine. An important task of any economy is to ensure rapid economic growth, which is not possible without the use of entrepreneurial innovations. It was determined that the main advantages of small business are the ability to quickly respond to changes in the market, greater flexibility in decision-making and the ability to innovate. The growth of the creative economy is closely related to the creation of a favorable business environment within the country, which is a key factor in increasing the competitiveness of the national economy. In the conditions of European integration, the development of human potential, entrepreneurship and innovation in the context of the development of creative industries can ensure increased competitiveness of the Ukrainian economy, as well as long-term economic growth and innovative development of enterprises. The creative economy by its very nature is a fusion of commercial processes and human capital with an emphasis on creativity and non-standard thinking. This partnership generates innovative ideas and solutions. However, companies face various challenges such as market saturation, competition and changing consumer demands. The success of a business depends on its ability to adapt and remain competitive in the face of these obstacles. The article highlights the advantages of small business, the factors affecting economic development, the challenges of the formation of small business and the creative economy, as well as the role of small business and the creative economy during conflicts. The main problems affecting the formation of the business environment and the functioning of large, medium and small enterprises are identified, namely: tax burden, in particular administrative burdens; corruption of state institutions; problems of the judicial system and weak protection of property rights; insufficient number of qualified personnel; lack of working capital and problems in logistical connections. A number of measures are proposed for the effective formation of a favorable business environment and the development of creative industries.

Keywords: small business; creative economy; business environment; competitiveness; innovation; market saturation; competition; consumer demands; economic development; challenges; adaptation; conflict.

Стаття надійшла до редакції 18.07.2023.