

ВПЛИВ ПРОГРАМИ CREATIVE ENTERPRISE НА КРЕАТИВНИЙ БІЗНЕС УЧАСНИКІВ

Аналіз результатів опитування учасників програми
Creative Enterprise Ukraine 2015–2017 років

Вплив програми Creative Enterprise на креативний бізнес учасників

Аналіз результатів опитування учасників програми
Creative Enterprise Ukraine 2015–2017 років

Підготовлено:
Анна Карнаух (Британська Рада),
Амалія Юсуфова, Наталія Сениця, Володимир Воробей (PPV Knowledge Networks)

Березень 2018

Резюме

Creative Enterprise — глобальна програма навчання для підприємців у сфері культурних та креативних індустрій. Проводиться Британською Радою спільно з британською агенцією з інновацій Nesta у більш ніж 15 країнах світу.

В Україні програма Creative Enterprise Ukraine стартувала восени 2015 року. **Станом на березень 2018 року проведено 15 тренінгів у восьми українських містах.** Тренінги проводяться у співпраці з локальними партнерами програми — креативними хабами та організаціями, що розбудовують креативну економіку.

Станом на березень 2018 року навчання пройшли 324 підприємці. Тренінги в рамках програми розраховані на людей, які працюють у креативному та культурному бізнесі/стартапах у таких секторах: видавництво, дизайн, мода, ремесла, архітектура, візуальне мистецтво, фотографія, музика, театр/танець, кіно, радіо, телебачення, цифрові медіа, відеоігри, ІТ, фестивальний менеджмент, креативні простори, освітні проекти у креативній сфері, тощо.

Програма Creative Enterprise Ukraine розроблена для підприємців-початківців та рекомендована людям із досвідом у бізнесі не більше двох років, а також тим, хто має ідею для креативного бізнесу і тільки планує розпочати власну справу. Навчання триває чотири повні дні.

Консалтингова компанія PwC — партнер програми в Україні — проводить додатковий день навчання, присвячений особливостям ведення бізнесу в Україні.

У лютому 2018 року Британська Рада спільно з агенцією економічного розвитку PPV Knowledge Networks (партнер Британської Ради з впровадження програми Creative Enterprise в Україні) провели онлайн-опитування серед випускників програми Creative Enterprise Ukraine. В опитуванні взяли участь 106 респондентів. Всі вони — випускники Creative Enterprise Ukraine, які пройшли навчання з власними підприємствами чи ідеями, незалежно від поточного стану проектів та від того, чи були реалізовані ідеї підприємців. Серед респондентів були представники майже усіх секторів креативної економіки, що дає доволі репрезентативну та цікаву вибірку інформації.

Із 62 респондентів, які проходили програму із існуючим бізнесом чи проектом, **84% підприємців і надалі працюють над своїми проектами, 10% розпочали нову креативну справу, а 6% працюють у інших компаніях, проте і надалі у сфері креативної економіки. 44 підприємці, які проходили навчання за програмою Creative Enterprise зі своїми ідеями, у 63% випадків змогли їх реалізувати, решта ж або переоцінили свою ідею, або не змогли її реалізувати.** Програма Creative Enterprise не мала прямого впливу на припинення реалізації ідей, проте допомогла деяким учасникам їх переосмислити та оцінити шанси їх реалізації або подальшу прибутковість. Вище наведені дані свідчать про дуже високий рівень виживання бізнесу. Ми маємо всі підстави вважати, що участь у програмі мала прямий позитивний вплив на рівень виживання підприємств, що належать їй учасникам.

Незважаючи на позитивні показники з виживання бізнесу, лише 14 підприємців з 80, що продовжують свою діяльність, вважають себе представниками МСП (малі та середні підприємства), більше 50% вважають свою діяльність мікробізнесом, а решта — аматорством чи самозайнятістю. **На сьогодні лише 20% підприємців, які подавалися на програму з діючими проектами, задоволені фінансовим станом свого бізнесу.** На наш погляд, це свідчить про все ще несприятливий клімат екосистеми креативної економіки: недостатню кількість програм фінансової підтримки креативних підприємців та відсутність у них розуміння можливостей просування власного продукту та зростання бізнесу.

Участь у програмі мала позитивний вплив на поглиблення розуміння формату ведення бізнесу. Відбувся перехід від митця, що працює для вузького кола споживачів, до підприємця з потенціалом розвитку та співпраці не лише з окремими споживачами, а й з юридичними особами у ланцюгах вартості їх бізнесу.

Якщо на час реєстрації у програмі Creative Enterprise 46% учасників із діючими проектами не оформили свій бізнес юридично, то на сьогоднішній день ситуація суттєво змінилася. **68% респондентів — це юридично оформлені підприємці, тобто із 28-ми підприємців, які не мали жодного юридичного статусу, 43% зараз здійснюють свою діяльність як ФОП (фізична особа-підприємець), громадські організації, або стали власниками приватних підприємств.**

Також 56% усіх підприємців, які реалізували власні ідеї, на даний момент мають певний юридичний статус, переважно фізичної особи-підприємця.

Для креативних підприємців, які мали свою команду, з моменту проходження тренінгу кількість працівників суттєво не змінилася. Проте, із 20 проектів, в яких працював лише засновник, з моменту проходження тренінгу восьмеро підприємців тепер працюють з командами. Із 27 реалізованих ідей 18 проектів тепер мають від 2 до 4 працівників.

На час проходження тренінгу 70% наразі активних підприємців працювали з дому, навіть незважаючи на наявність команд. Решта орендували офіси, місця у коворкінгах або були власниками нерухомості. **На сьогодні 48% досі працюють удома, більшість із них не має жодного юридичного статусу.** Лише 15% підприємців орендують робочі місця у коворкінгах, та переважно це підприємці зі столиці та великих міст.

Значний відсоток підприємців креативних індустрій працюють без розуміння власної бізнес-моделі. Це відображає реалії того, що часто вони ведуть свої проекти доволі стихійно, без усвідомлення структури бізнесу. **На час реєстрації у навчальній програмі Creative Enterprise з 52-х компаній, які продовжують свою діяльність, лише три мали чітку бізнес-модель, а 65% респондентів працювали і отримували кошти без неї.** Навчальна методологія Creative Enterprise має на меті розробку бізнес-моделі. Результати дослідження свідчать, що після проходження навчання ситуація суттєво змінилася для більшості підприємців. **Наразі 35% підприємців мають бізнес-модель, а 52% респондентів мають її чітке розуміння, проте ще не мають її у прописаному вигляді.** Отже, програма істотно впливає на визначення бізнес-моделі, адже кількість підприємців, що не мають розуміння власної бізнес-моделі, серед учасників програми зменшилася на 82%.

Значний вплив на креативний бізнес учасників мали інструменти, отримані під час навчання. Посібник та шаблони для визначення цільової аудиторії, планування маркетингу та опису бізнес-моделі, з якими респонденти працювали під час навчання за програмою Creative Enterprise, у значній мірі допомагають підприємцям навчитися вести свій бізнес. **90 респондентів із 104 вказали, що отримані під час навчання інструменти мали дуже вагомий вплив або були корисними для розвитку їхнього креативного бізнесу.** Переважна більшість учасників програми підкреслила, що дуже важливий вплив програма мала саме на формування стратегії, формулювання цінностей та визначення цільової аудиторії.

Ми також проаналізували вплив навчальної програми на формування спільноти креативних підприємців: **88% учасників продовжили спілкування з іншими підприємцями після проходження тренінгу, а 27% учасників співпрацюють між собою.** Така взаємодія часто виливається у нові спільні проекти та створює мережу знань і контактів, які допомагають підприємцям розвиватися та зростати, сприяє розвитку локального середовища для формування креативного бізнесу.

Аналізуючи екосистему та потреби підприємців, серед учасників програми Creative Enterprise Ukraine було виявлено сірі зони в екосистемі креативної економіки, які існують навіть у мегаполісах, коли для талантів не створюються відповідні умови для реалізації своїх творчих ідей та створення бізнесу на базі своїх творчих навичок. **Респонденти саме із Дніпра та Харкова у більшій мірі, ніж інші, вказали на те, що у їхніх містах бракує освітніх можливостей для креативних підприємців, креативних просторів та менторів, тоді як у цих містах є достатня кількість талантів.** Схожа картина притаманна і для інших міст, де проводився тренінг Creative Enterprise, проте вона не настільки критична. **У Одесі доволі активну позицію у розвитку креативного підприємництва займає Impact Hub Odessa.** **В Івано-Франківську ГО «Тепле Місто» зараз створює всі умови для розвитку креативних підприємців,** проте у місті критично бракує менторів та бізнес-інкубаторів для цієї аудиторії.

На даний момент Львів та Київ виглядають як найбільш сприятливі середовища для підприємців-початківців. У кожному з міст підприємці змогли назвати більше трьох організацій, котрі підтримують стартапи в креативній економіці, серед яких були і Британська Рада та PPV Knowledge Networks. Якщо у Львові уже є певна кількість організацій, які підтримують креативних підприємців, то наявність креативних просторів, коворкінгів, бізнес-інкубаторів та освітніх можливостей для креативних підприємців на думку респондентів є недостатньою. Респонденти з Києва вважають, що у Києві достатня кількість коворкінгів та креативних просторів, хоча попит на такі локації надалі перевищує пропозицію. При цьому всі респонденти відмітили те, що у Києві критично бракує менторів, бізнес-інкубаторів та освітніх можливостей.

Серед інших складових, які формують повноцінну екосистему креативного підприємництва — фінансування галузі, наявність постачальників та виробництв, каналів продажу та споживачів. Лише 25% задоволені попитом на послуги/продукти креативних підприємців; 22% респондентів вважають, що є достатня кількість каналів продажу їх продукції; 29% з усіх респондентів вважають, що є достатня кількість постачальників для створення їх креативного продукту; 36% не мають проблем із наявністю виробників, і не більше 15% респондентів задоволені наявністю кваліфікованого персоналу, можливостями фінансування їх бізнесу та наявністю маркетингових послуг і просування креативних продуктів.

Створення необхідної інфраструктури та сприяння креативному сектору не може бути залишене на ініціативу самих креативних підприємців. Цей сектор економіки потребує залучення місцевої влади і громадських організацій для створення повноцінної екосистеми розвитку підприємництва. Підтвердження позитивного впливу навчальної програми Creative Enterprise та виявлення потреб підприємців може стати подальшим фундаментом у розробці програм підтримки креативних підприємців на рівні місцевої влади чи організацій, які підтримують цей сектор економіки.

Загальний огляд опитування

Creative Enterprise — глобальна програма навчання для підприємців у сфері культурних та креативних індустрій. Проводиться Британською Радою спільно з британською агенцією з інновацій Nesta у більше ніж 15 країнах світу.

В Україні програма Creative Enterprise Ukraine стартувала восени 2015 року. Станом на березень 2018 року проведено 15 тренінгів у восьми містах України. Локальні партнери програми – креативні хаби та організації, що розбудовують креативну економіку. Станом на березень 2018 року навчання пройшли 324 підприємці. Тренінги в рамках програми розраховані на людей, які працюють у креативному та культурному бізнесі/стартапах у таких секторах: видавнича справа, дизайн, мода, ремесла, архітектура, образотворче мистецтво, фотографія, музика, перформативне мистецтво, кіно, радіо, реклама та маркетинг, онлайн-видання, програмне забезпечення, фестивалі, музеї, креативні простори, освітні проекти у креативній сфері, тощо.

Програма Creative Enterprise Ukraine розроблена для підприємців-початківців та рекомендована людям із досвідом у бізнесі не більше двох років, а також тим, хто має ідею для креативного бізнесу і тільки планує розпочати власну справу. Навчання триває чотири повні дні. Програма зосереджується на таких темах як бізнес-моделювання, позиціонування та маркетинг. Участь у програмі можуть брати проекти, стартапи та малі підприємства.

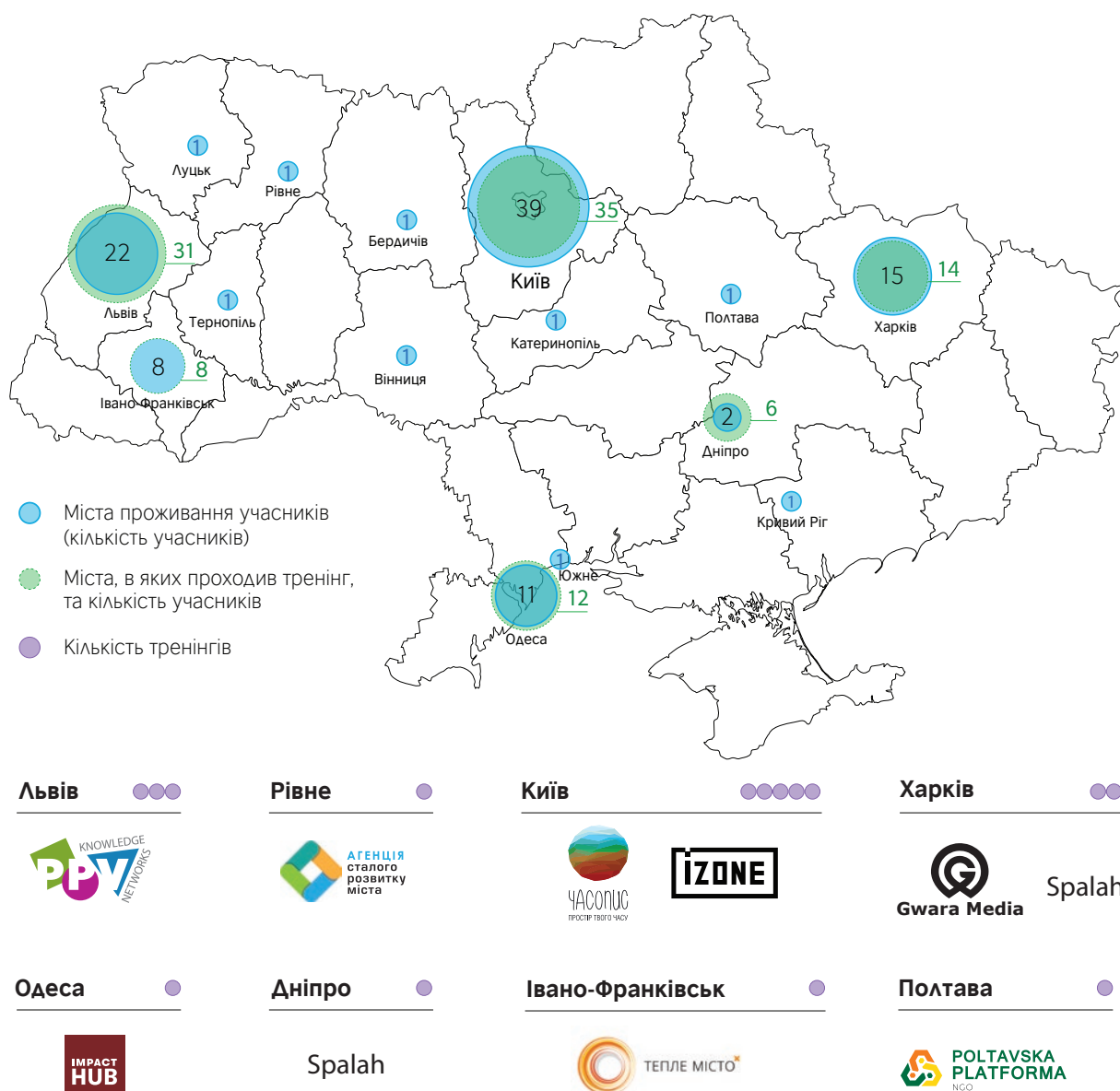
У грудні 2017 року Британська Рада та агенція економічного розвитку PPV Knowledge Networks ініціювали проведення опитування серед учасників з метою оцінки впливу програми на їх креативний бізнес. Як організації, що розвивають та підтримують креативне підприємництво, ми зацікавлені у виявленні прямих та опосередкованих факторів впливу програми на розвиток та трансформацію підприємств учасників. Наша мета — визначити та оцінити складові програми, які найбільше сприяють формуванню та/або налагодженню бізнес-процесів креативних підприємців.

На момент початку опитування у Creative Enterprise Ukraine взяло участь 242 креативних підприємці. Опитування розпочалося на початку лютого 2018 року, нашою ціллю було оцінити вплив програми у ретроспективі. **Метою дослідження є оцінка рівня «виживання» бізнесу, опосередкованого впливу програми на його зростання, а також порівняння юридичного статусу підприємства під час проходження програми та на період опитування, кількості**

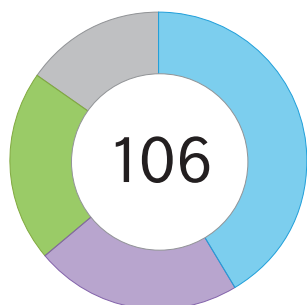
працівників, розширення ринку діяльності. Для аналізу прямого впливу програми на бізнес учасників до уваги беруться рівень використання інструментів програми для ведення бізнесу, формування спільноти креативних підприємців та інші показники. Окрім того, у дослідженні ми вирішили оцінити стан екосистеми креативних індустрій та потреби підприємців у цій галузі.

У лютому 2018 року Британська Рада спільно з PPV Knowledge Networks провели онлайн-опитування серед випускників програми Creative Enterprise Ukraine. В опитуванні взяли участь 106 респондентів. Всі вони — випускники Creative Enterprise Ukraine, які пройшли навчання з власними підприємствами чи ідеями, незалежно від поточного стану проектів та від того, чи були реалізовані ідеї підприємців. Серед респондентів були представники майже усіх секторів креативної економіки, що дає доволі репрезентативну та цікаву вибірку інформації.

Географія тренінгів та міст проживання учасників

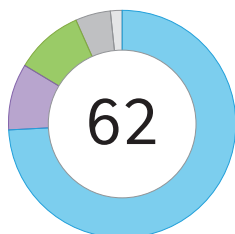


Галузі креативної економіки (кількість представників)



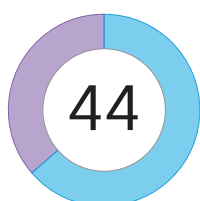
На якому етапі знаходився ваш креативний проект/бізнес під час реєстрації на програму?

- 44 — Ідея
- 24 — Проект вже працював та приносив доходи
- 22 — Менше 1-го року
- 16 — Менше 2 років



Чи ви надалі залучені у проект, над яким працювали під час навчання на програмі?

- 46 — Так, я є власником/власнице
- 6 — Так, працюю у команді проекту
- 6 — Ні, працюю над новим власним проектом
- 3 — Ні, працюю у іншій компанії
- 1 — Проект, справу було закрито



Чи набула ідея вашого креативного бізнесу/проекту реалізації?

- 28 — Так
- 16 — Ні

Серед опитаних підприємців 41% подавалися на програму з ідеями бізнесу, 20% працювали над своїми креативними проектами менше одного року, решта — 39% респондентів — займалися креативним бізнесом менше двох років, та їх діяльність вже приносила доходи. На момент опитування респондентів, які вже працювали над своїм креативним бізнесом під час проходження курсу Creative Enterprise, **84% підприємців і надалі працюють над своїми проектами, 10% розпочали нову креативну справу**, а 6% працюють у інших компаніях, проте і надалі у сфері креативної економіки.

Підприємці, які проходили навчання за програмою Creative Enterprise зі своїми ідеями у 63% випадків змогли їх реалізувати, решта ж або переоцінили свою ідею, або не змогли її реалізувати. Такі дані свідчать про дуже високий рівень виживання бізнесу. Для порівняння — згідно з даними опитування британського Центру стратегії та оцінки послуг, проведеному у 2010 році серед представників мікропідприємств у креативному секторі Європи зі сталим розвитком (1–10 працівників, мінімальний річний оборот 14 000 євро, та які зростали впродовж останніх 4 років), **30% підприємців у креативній економіці продовжують свою діяльність через 6 років після початку діяльності (рівень виживання бізнесу). Натомість для підприємців, які отримували професійні консультації протягом своєї діяльності, ця цифра становить 50%**. Програма Creative Enterprise не лише проводить навчання зі стратегічного планування, оцінки потенційних користувачів та бізнес-моделювання, а й бере до уваги юридичні аспекти ведення бізнесу. Тому ми маємо всі підстави вважати, **що участь у програмі мала прямий позитивний вплив на рівень виживання підприємств**, що належать її учасникам.

Програма Creative Enterprise не мала прямого впливу на припинення реалізації ідей. Ми запитали учасників, які зупинили роботу над своїми ідеями, чи програма Creative Enterprise вплинула на те, що ідея не була реалізована. Якщо так, то чи вони оцінюють цей вплив як позитивний, чи негативний. Ми отримали такі відповіді:

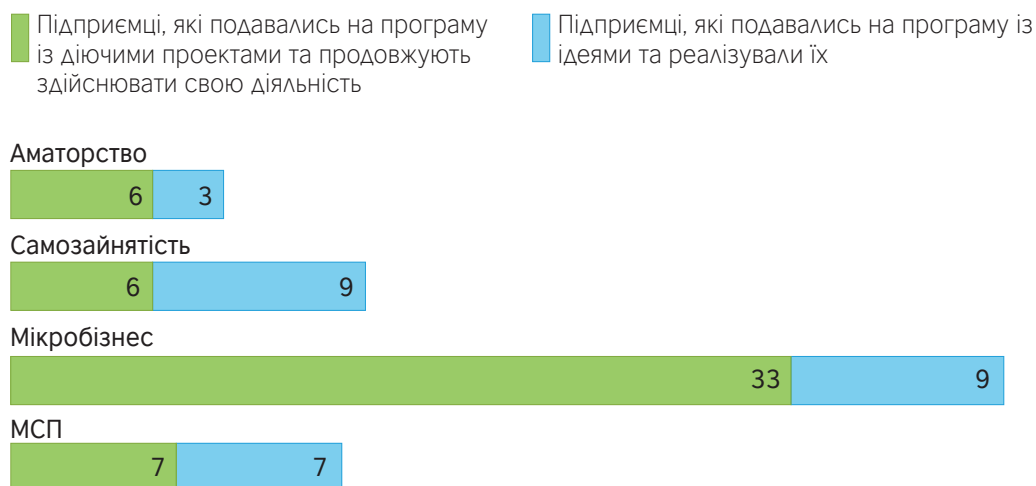
- програма дала значний поштовх до розвитку іншого власного проекту
- програма допомогла усвідомити, наскільки ідея може бути реалізована, які в неї підводні камені, скільки прибутку вона буде приносити, і дала можливість розглянути інші варіанти цієї ідеї
- під час програми я зрозумів/-ла, що ця ідея має низький бізнес-потенціал і потребує грантового фінансування.

Отже, участь у програмі допомогла деяким учасникам переосмислити власні ідеї та оцінити шанси їх реалізації або подальшу прибутковість. **Рішення не продовжувати роботу над деякими ідеями зекономило час та ресурси, що могли бути витрачені на реалізацію проектів, які або були не актуальними для ринку, або не мали бізнес-моделі або інших важливих складових для втілення.**

Незважаючи на позитивні показники з виживання бізнесу, на сьогодні **лише 20% підприємців, які подавалися на програму з діючими проектами, задоволені фінансовим станом свого бізнесу.** Водночас 31% усіх респондентів, які продовжують свою діяльність, потребують додаткового фінансування, а в 43% опитаних — доходи лише покривають витрати підприємств. На наш погляд, це свідчить про нестачу програм фінансової підтримки (грантової, кредитної, інвестиційної) креативних підприємців, програм розвитку бізнес-навичок (навчання, менторство) та можливостей просування власного продукту, — ключових функцій екосистеми креативної економіки.

Це підтвердила відповідь респондентів на запитання про те, як вони оцінюють проект, над яким працюють зараз. **З 80 підприємців, які продовжують свою діяльність, лише 14, а це 18% від загальної кількості, вважають себе представниками МСП** (малі та середні підприємства). **Насправді ж лише 5% можна віднести до цієї категорії, — тих, хто має понад 10 співробітників (критерій мікропідприємства). Більше 50% вважають свою діяльність мікробізнесом, а решта вважають свої проекти аматорством чи самозайнятістю.** Більшість респондентів є митцями-власниками бізнесу, а для такого типу підприємців часто складним є стратегічне бачення його розвитку, залучення персоналу з навичками управління проектами та налагодження бізнес-процесів — від виробництва до ринків збуту. Це лише кілька перешкод у веденні бізнесу, названих самими респондентами, проте як наслідок, бізнес таких митців-підприємців розвивається доволі хаотично.

Як ви оцінюєте креативний бізнес/проект, над яким зараз працюєте?



RADARTECH
Telecom Accelerator



ARTECH
m Accelerator



Кейс

Роман Сіренко

HexWix.com

Рекрутингова платформа для кіберспортсменів

Рік створення: 2017

Харків

Першою ідеєю Романа стала школа для кіберспортсменів, але в процесі підготовки школи зрозумів, що на українському ринку кіберспорту не існує платформи, де гравці могли б зібратися в команду чи знайти потрібного гравця в уже наявну. Роман вважає, що Україна має всі шанси стати одним із центрів світового кіберспорту, тому сконцентрував всі сили на роботі над онлайн-платформою.

Кіберспорт з'явився близько десяти років тому як результат появи жанру комп'ютерних ігор, побудованих за принципом змагання між реальними людьми та командами людей (Person versus Person), це такі ігри, як CS:GO, Dota 2, League of Legends. Важливим елементом змагання є обмеження в часі — 40–50 хвилин, — таким чином, протягом короткої сесії важливе не лише розуміння гри, а й стратегія і тактика гри в команді. Виробники таких ігор почали влаштовувати офіційні змагання, переможець яких отримує грошовий приз. З того часу суми призових фондів таких змагань зросли від 10 тис. доларів до 10–25 млн доларів за гру.

Про тренінг

На тренінг Creative Enterprise Роман потрапив узимку 2017 року. Він хотів структурувати свої знання та отримати зворотний зв'язок щодо ідеї рекрутингової платформи для кіберспортсменів. Роман усвідомлював, що більшість його одногрупників не розуміє концепту кіберспорту, але впевнений у тому, що кожен бізнес повторює одні і ті самі процеси, йому було цікаво зрозуміти, як на таку ідею зреагують. Протягом тренінгу Роман сформулював місію платформи HexWix: бути не просто платформою, а сприяти розвитку екосистеми та спільноти людей, яким цікавий кіберспорт, і піднімати кіберспорт в Україні на новий рівень розвитку.

Після тренінгу Роман зібрав команду заново та почав роботу над платформою, а вже восени 2017 року запустив тестову версію HexWix.com. Спеціальної кампанії для просування платформи та залучення гравців на сайт команда не будувала, найпопулярнішим каналом просування платформи були соцмережі. Так, на сьогодні на платформі активними є 600–800 користувачів, що становить близько 70% від усіх зареєстрованих.

Роман став переможцем Фінального пітчу випускників Creative Enterprise Ukraine набору 2017 року і отримав приз, який, власне, і дав йому змогу взяти участь в акселераційній програмі RadarTech від «Київстар». Команда HexWix стала однією з п'яти переможців акселератора й отримає допомогу від «Київстару» у комерційному запуску платформи HexWix у 2018 році. Роман каже, що частково участі у RadarTech посприяв Creative Enterprise — один із його одногрупників вчасно підказав про відкритий набір на участь в акселераційну програму.

Плани

У 2018 році запланований запуск повноцінної версії платформи HexWix, що передбачає три складові: рекрутингову платформу, модуль для організаторів турнірів та контент для гравців (як розвивати свої навички гри, самопрезентації перед потенційними інвесторами тощо). Після запуску платформи команда планує працювати над маркетингом та продажами.

Порада

- Стів Бланк писав правду — можна тестувати свої ідеї без великих інвестицій.
- Тримати контакт та спілкуватись зі своєю аудиторією до запуску продукту.

Ключові цифри

- Команда проекту зросла від 3 до 10 людей.
- Планують залучити не менш як 5 000 користувачів та 30 організаторів турнірів у 2018 році.
- Планують організувати не менш як 10 турнірів на міському рівні.

hexwix.com | romeo.sirenko@gmail.com

Вплив програми Creative Enterprise на креативний бізнес учасників

Навчальна програма Creative Enterprise — чотириденний тренінг, розрахований на підприємців-початківців у сфері креативної економіки. Метою тренінгу є допомогти учасникам розвинути свої ідеї та оцінити їхню перспективність, а також здобути та зміцнити базові навички ведення бізнесу.

За допомогою методології Nesta молоді підприємці здійснюють поетапне бізнес-планування та розробляють чіткий план розвитку проекту. Основні тематичні блоки — особисті та професійні цінності, місія та візія проекту, портрет клієнта, маркетинг, управління фінансами, бізнес-планування. В останній день тренінгу представники консалтингової компанії PwC, котра виступила партнером програми у 2015–2017 роках, зосереджуються на правових аспектах ведення бізнесу, а саме реєстрації підприємства, оподаткуванні, роботі з персоналом.

Окрім навчального модулю, Британська Рада ставить собі за мету сприяти формуванню екосистеми креативного підприємництва у містах, де проводяться тренінги, та налагодженню взаємодії між учасниками програми у перспективі.

Для оцінки впливу програми Creative Enterprise ми проаналізували зміни в роботі підприємств учасників з часу проходження тренінгу. Також ми розпитали їх про те, які аспекти виявилися більш чи менш корисними для них як у навчальній програмі, так і в контексті формування екосистеми креативних індустрій. До уваги бралися відповіді всіх респондентів, незалежно від того, чи проект зараз існує, чи припинив свою діяльність або не був реалізований взагалі.

Як ми зазначали вище, **85% підприємців і надалі працюють над своїми проектами, 62% ідей були реалізовані або перебувають у процесі реалізації**, а це свідчить про високий рівень виживання проектів.

Вплив програми — нові юридично оформлені підприємці та компанії

Якщо на час реєстрації у програмі Creative Enterprise 54% учасників із діючими проектами, що активні й зараз, не оформили свій бізнес юридично, то на сьогоднішній день ситуація суттєво змінилася: 15% діють як громадська організація, 5% — як приватне підприємство, 6% зареєстровані як ТОВ, 42% — як ФОП. Отже, це **68% юридично оформлених підприємців, хоча на початку реєстрації у програмі було лише 46%**. Також 56% усіх підприємців, які реалізували власні ідеї, на даний момент мають певний юридичний статус, переважно фізичної особи-підприємця.

З 28 респондентів, які не мали жодного юридичного оформлення на час проходження тренінгу, 43% зараз здійснюють свою діяльність як ФОП, громадські організації, або стали власниками приватних підприємств.

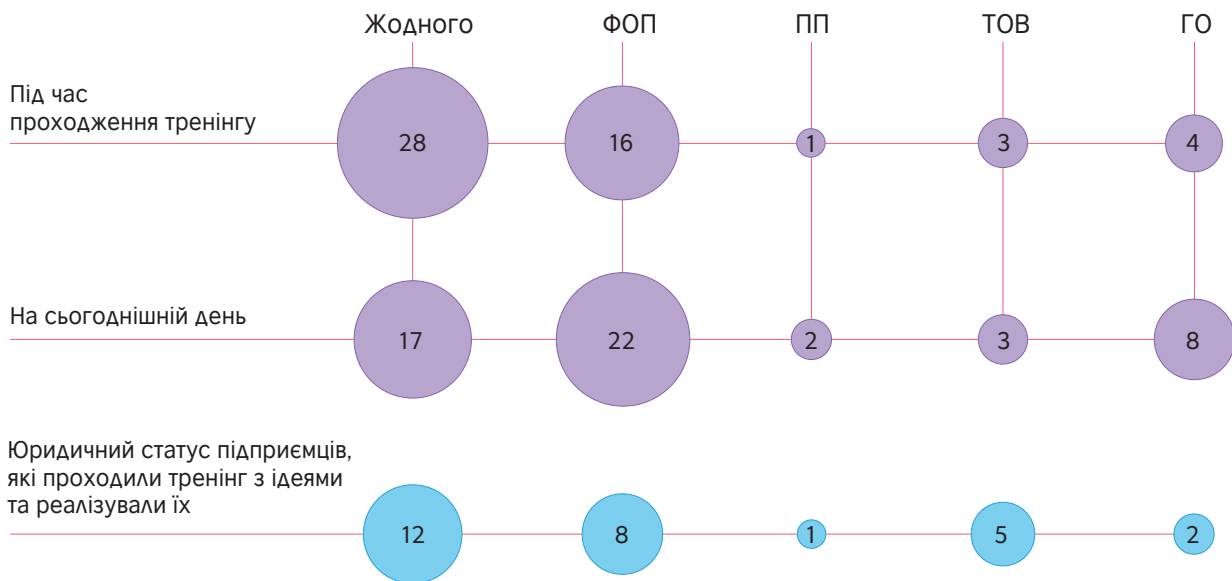


На наш погляд, **такі дані свідчать про поступове поглиблення розуміння формату ведення бізнесу**. Відбувся перехід від митця, що працює для вузького кола споживачів, до підприємця з потенціалом розвитку та співпраці не лише з окремими споживачами, а й з юридичними особами у ланцюгах вартості їх бізнесу.

По суті, саме наявність державної реєстрації, а відповідно й існування бізнесу у правовому полі, відкриває широкі можливості взаємодії з потенційними партнерами, виробниками, каналами продажів та дистриб'юторами, що є необхідною умовою для зростання бізнесу.

Разом з тим, значна частина опитаних, що зараз працюють без реєстрації, вважають себе аматорами, а не підприємцями, і ведуть свою діяльність із дому.

Який юридичний статус вашого креативного проекту/бізнесу, з яким ви проходили тренінг Creative Enterprise?



Вплив програми — нові робочі місця

Для креативних підприємців, які мали свою команду, з моменту проходження тренінгу кількість працівників суттєво не змінилася. Проте, із 20 проектів, в яких працював лише засновник, з моменту проходження тренінгу 8 підприємців тепер працюють з командами. Із 27 реалізованих ідей 18 проектів тепер мають від 2 до 4 працівників.

Вплив програми — залучення до екосистеми, соціалізація бізнесу

У цьому аналітичному дослідженні ми також оцінили, у який спосіб підприємці здійснюють свою діяльність: з дому, чи орендують приміщення для ведення бізнесу. У порівнянні з 52 наразі активними підприємцями, на час проходження тренінгу 37 працювали з дому, навіть незважаючи на наявність команд. Решта орендували офіси, місця у коворкінгах або були власниками нерухомості. На сьогодні з 52 підприємців 25 і досі працюють удома, більшість із них досі не має жодного юридичного статусу. **Із восьми підприємців, які зараз орендують місце у коворкінгу, п'ятеро здійснюють діяльність у Києві, двоє у Харкові та один — у Рівному.**

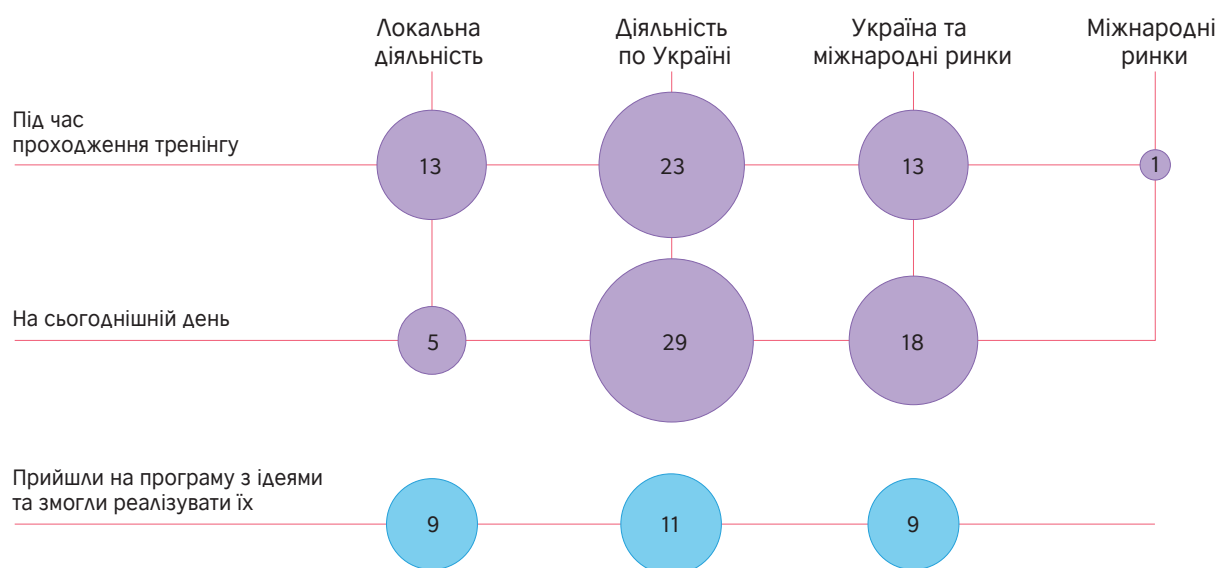
Незначна кількість підприємців, що працюють у коворкінгах, а також той факт, що переважно це підприємці зі столиці та великих міст, свідчить про низький рівень

розвитку екосистеми креативних індустрій в Україні. **Адже наявність креативних осередків (хабів), фаб-лабів та креативних просторів сприяє формуванню спільноти конкурентоспроможних підприємців. На сьогодні навіть у мегаполісах України формування таких осередків є стихійними ініціативами креативних підприємців або окремих громадських діячів**, і роль таких просторів значно недооцінена.

Ми також проаналізували вплив навчальної програми на формування спільноти креативних підприємців: **88% учасників продовжили спілкування з іншими підприємцями після проходження тренінгу, а 27% учасників співпрацюють між собою**. Така взаємодія часто виливається у нові спільні проекти та створює мережу знань і контактів, які допомагають підприємцям розвиватися та зростати, сприяє розвитку локального середовища для формування креативного бізнесу.

Вплив програми — масштабування бізнесу

Які масштаби діяльності вашого креативного проекту/бізнесу?



Також під час опитування було проаналізовано географію діяльності креативних підприємців. Серед проектів, що надають послуги на локальному рівні, показники у більшості випадків зумовлені специфікою проекту і не свідчать про рівень розвитку бізнесу. Із 52 проектів 23 — загальноукраїнські, 19 — локальні, ще десять працюють в Україні та за її межами. **Можна припустити, що вихід на міжнародний ринок для більшості креативних підприємців буде доволі епізодичним: для компаній-виробників товарів — це продажі через платформи Etsy або Amazon; для сервісних компаній — одиничні замовлення з-за кордону.**

На жаль, говорити про експорт та великі об'єми продукції поки рано. Налагодження масового виробництва та міжнародна сертифікація є дорогим та тривалим процесом, що часто потребує залучення значних інвестицій і кваліфікованих експертів. Водночас, це не нівелює рівень розвитку чи зростання креативних підприємців, а лише виявляє ще один напрям, у якому українським стартапам може бути потрібна додаткова підтримка.

Вплив програми — формування бізнес-моделі

Наявність бізнес-моделі свідчить про певний етап зрілості бізнесу. Коли підприємці знають, на чому і як вони заробляють, вони стають впевненішими у своїх силах та готовими до зростання. **Саме наявність бізнес-моделі є свідченням зрілості підприємства або (за її відсутності) аматорства у веденні бізнес-діяльності.** Для потенційних інвесторів, у свою чергу, чітка бізнес-модель збільшує рівень інвестиційної привабливості проекту.

У липні 2017 року компанія PPV Knowledge Networks провела опитування серед випускників та аплікантів програми Creative Enterprise **«Потреби підприємців креативної економіки у фінансуванні»**¹. Дані опитування показали, що лише 17% креативних підприємців мають чітку бізнес-модель, а 41% думають, що мають бізнес-модель. При тому, що значний відсоток учасників опитування вже здійснювали свою діяльність на момент опитування. Ці дані показали точки розриву у діяльності креативних підприємців, адже значний їх відсоток працював, не маючи чіткої структури того, як саме вони можуть монетизувати власний бізнес. У дослідженні впливу програми Creative Enterprise було проаналізовано, чи участь у програмі у перспективі часу мала вплив на зменшення цього розриву та посприяла більш структурованому підходу до ведення власного бізнесу.

Така статистика загалом є типовою для креативних індустрій та відображає реалії того, що більшість підприємців ведуть свої проекти доволі стихійно, без усвідомлення структури бізнесу. **На час реєстрації у навчальній програмі Creative Enterprise з 52 компаній, які продовжують свою діяльність, лише три мали чітку бізнес-модель, а 65% респондентів працювали і отримували кошти без наявної бізнес-моделі.**

Навчальна методологія Creative Enterprise має на меті розробку бізнес-моделі. Результати дослідження свідчать, що після проходження навчання ситуація суттєво змінилася для більшості підприємців. **Наразі 35% підприємців мають бізнес-модель, а 52% респондентів мають чітке розуміння своєї бізнес моделі,**

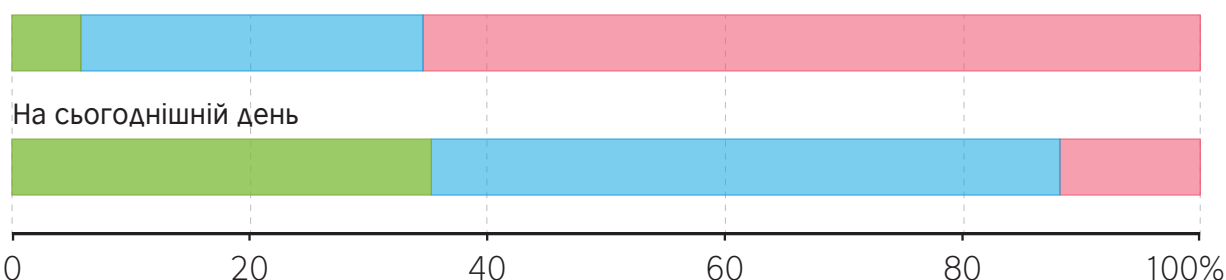
¹ goo.gl/YwekXJ

проте, ще не мають її у прописаному вигляді. Отже, програма істотно впливає на визначення бізнес-моделі, адже кількість підприємців, що не мають розуміння власної бізнес-моделі, серед учасників програми зменшилася на 82%.

Чи є у вашого креативного бізнесу/проекту прописана бізнес-модель?

■ Так, маємо чітку бізнес-модель
 ■ Так, розуміємо нашу бізнес-модель, але не розписали її
 ■ Ні

Під час проходження тренінгу



Про важливість бізнес-моделі говорить і готовність підприємців до залучення інвестиційних коштів. Так, серед підприємців, які не мали бізнес-моделі на час проходження тренінгу, більшість не залучали і не планували залучати інвестиції. Проте, після проходження тренінгу більшість із них виразили готовність залучати кошти, а більше 40% вже залучили грантові кошти або скористались колективним фінансуванням.

При оцінці впливу програми на креативний бізнес учасників також бралися до уваги відповіді учасників, які більше не здійснюють своєї діяльності, та ідеї яких не були реалізовані. Найчастіше причинами, з яких респонденти більше не займаються проектами, у яких були залучені на час подачі заявки на навчальну програму були:

Причини з яких респонденти більше не займаються проектами

■ Виникла інша ідея
 ■ Відсутність команди
 ■ Ідея потребує доопрацювання
■ Відсутність коштів
 ■ Проект більше не цікавий
 ■ Інше

Підприємці з діючими проектами



Учасники, які прийшли на програму з ідеями



Участь у програмі була ефективною як для людей, що прийшли з ідеями, так і для учасників з діючими креативними проектами. Зокрема, учасники програми підкреслюють, що навчання на Creative Enterprise:

- допомогло чіткіше та ширше поглянути на процес планування і організації бізнесу
- допомогло систематизувати процеси їх креативного бізнесу
- дало значний поштовх до розвитку іншого власного проекту
- допомогло зрозуміти, якими є можливості реалізації ідеї та що може їй загрожувати
- допомогло усвідомити, що ідея має низький бізнес-потенціал та потребуватиме грантового дофінансування.

Загалом, лише у кількох випадках участь у програмі безпосередньо вплинула на прийняття рішення більше не займатися проектом. Більшість учасників програми вважають вплив програми позитивним, у тому числі й з огляду на можливість використання отриманих знань для реалізації нових проектів.

З вищенаведених даних ми бачимо позитивну тенденцію розвитку бізнесу з поступовим зростанням кількості працівників, переведенням діяльності у легальне русло, збільшенням кількості підприємців із юридичним статусом, розширенням ринків та наявністю бізнес-моделей. Ми вважаємо, що програма Creative Enterprise мала значний вплив на позитивні зміни у діяльності підприємців. Разом з тим, ми також розуміємо, що серед учасників програми представлені найбільш активні представники креативного сектору, і це може впливати на репрезентативність отриманих результатів.



Кейс

ВІТРАЖНА МАЙСТЕРНЯ Leosklo

Виробництво скляних геометричних флораріумів, ваз та шкатулок

Місія — якісний та багатофункціональний предметний дизайн для кожної оселі

Кількість працівників: 8

Львів

Рідні брати Остап та Данило Онишки започаткували вітражну майстерню Leosklo восени 2014 року. Становлення майстрів розпочалося у дитинстві, коли вони допомагали мамі створювати вироби зі скла. Зрозумівши, що на ринку багато аналогів, замислилися про те, як бути унікальними — що запропонувати споживачеві? Хлопці натрапили на популярні тоді флораріуми — й ідея спрацювала.

Данило за освітою — архітектор, Остап — маркетолог; синергія творчості та навичок продажу — один із секретів успіху їхньої справи.

Про тренінг

У лютому 2017 року Онишки взяли участь у програмі Creative Enterprise Ukraine. На думку хлопців, це були важливі знання у правильний момент, які мали вплив на подальший розвиток бізнесу. Засвоєна інформація та спілкування з іншими підприємцями дали змогу розкласти по полицях власну діяльність та отримати натхнення від однодумців.

Майстри мріють про масштабний розвиток: розширити асортимент, відкрити власну крамничку, продавати вироби майстерні у країнах Європи. На часі також — запуск веб-сайту, передача більшої відповідальності працівникам та забезпечення автономної роботи майстерні. Це вивільнить час для пошуку нових ідей та отримання бізнес-освіти.

Порада

Креативне підприємницьке середовище ще на етапі зародження як у Львові, так і в Україні загалом. Тож радять новачкам просто почати створювати свій продукт, бути відкритими (обмінюватися ідеями) та дивитися в бік вищих матерій (вивчати діяльність досвідченіших підприємців). Творити екосистему власноруч.

Ключові досягнення у 2017 році:

- Обсяг продажів зріс удвічі.
- Збільшилася команда майстерні.
- Офіційно зареєстрували підприємницьку діяльність.
- Запровадили інструменти, що спрощують роботу працівникам.
- Більше уваги приділяли продажам, а не лише виробництву.
- Впровадили постійну рекламу.
- Оптимізували збиткові процеси майстерні.

facebook.com/leosklo | onyshkod@gmail.com



Кейс

МАРКЕТ УКРАЇНСЬКИХ БРЕНДІВ «БУДЬ В УА»

Ярмарок українських брендів одягу, взуття, аксесуарів та декору

Рік заснування: 2016

Дніпро

Ідея маркету українських брендів у Катерини Дорошевської та Аліни Щербини виникла у 2016 році. Дівчата активно цікавилися українським дизайном та побачили потенціал розвитку напряму у рідному Дніпрі. Відсутність бізнес-освіти (Катерина та Аліна — журналістки) не злякала, тож у травні відбувся перший ярмарок виробників (маркет), що зібрав 50 українських брендів одягу, взуття та аксесуарів. Після перших трьох подій кількість брендів-учасників зросла до 120, а кількість відвідувачів останнього ярмарку становила близько 5 000.

Про тренінг

Навчання у програмі Creative Enterprise Ukraine відкрило очі на багато речей, допомогло роз'яснити цілі, місію, візію. Дівчата досі звертаються до конспектів з навчання та використовують терміни, про які дізнались на Creative Enterprise. Програма сприяла корисним знайомствам, одна з учасниць наразі бере участь у маркеті, а виробни іншої учасниці дівчата вподобали та замовили для себе.

Протягом дев'яти місяців організаторки маркету провели опитування близько 3 000 відвідувачів та підготували аналітику їхніх потреб та запитів, щоб бренди-учасники могли адаптовувати свою пропозицію. У листопаді 2017 року паралельно з маркетом запрацював шоурум в Дніпрі. Стосовно нього існують великі плани: дівчата шукають кращу локацію та мріють про повноцінний магазин, розширення асортименту.

У місті бракує освітніх можливостей, тож підприємці хочуть започаткувати школу бренду, де запрошені експерти будуть вчити місцевих виробників розвивати свої бренди. Не відкидають творення нових видів дозвілля у майбутньому. Поєднання шопінгу і вечірки — один із можливих форматів.

Порада

Починаючи власну справу, слід прорахувати детальний бюджет, а потім додати до кінцевої цифри ще 30%. Також важливо завжди мати запасний план.

Ключові досягнення:

- За 1,5 року діяльності обсяг продажів зріс утричі.
- Зареєстрували підприємницьку діяльність.
- Провели 18 ярмарків виробників.
- Відкрили шоурум українських брендів.
- Розширили партнерську мережу (фестиваль їжі, туристичний інфоцентр).
- Запровадили відкриті лекції про бізнес.
- Ввели нові пропозиції: послуги стиліста, шопінг-тури, фотосесії.
- Інвестували в обладнання для проведення ярмарку.

Використання інструментів програми Creative Enterprise

Відкриття власного бізнесу може видаватися складним і лямчим процесом, особливо для представників креативного сектору. Протягом останнього десятиріччя британська агенція з інновацій **Nesta**² досліджувала конкретні потреби підприємців, які працюють у креативних індустріях.

У результаті був розроблений посібник для креативного підприємництва **«Бізнес у сфері креативних індустрій»**³ — видання, що крок за кроком допомагає творчим людям спланувати, побудувати та просувати нові творчі проекти. Посібник пропонує методику розробки, тестування і перетворення творчих ідей на реальний бізнес. Саме цей посібник став основою для тренінгів Creative Enterprise. У посібнику також подані шаблони таких інструментів, як портрет користувача, маркетинговий мікс, тощо.

Щоб проаналізувати безпосередній вплив програми на креативний бізнес учасників, PPV Knowledge Networks та Британська Рада у цьому опитуванні зосередилися на інструментах, які представлялися учасникам під час навчання, та на формуванні екосистеми та середовища креативних підприємців. **Після тренінгу кожен учасник навчання отримує посібник для креативного підприємництва від Nesta, що містить у собі підсумовуючу інформацію навчальної програми.** Цю інформацію можна використовувати для ведення будь-якого креативного бізнесу.

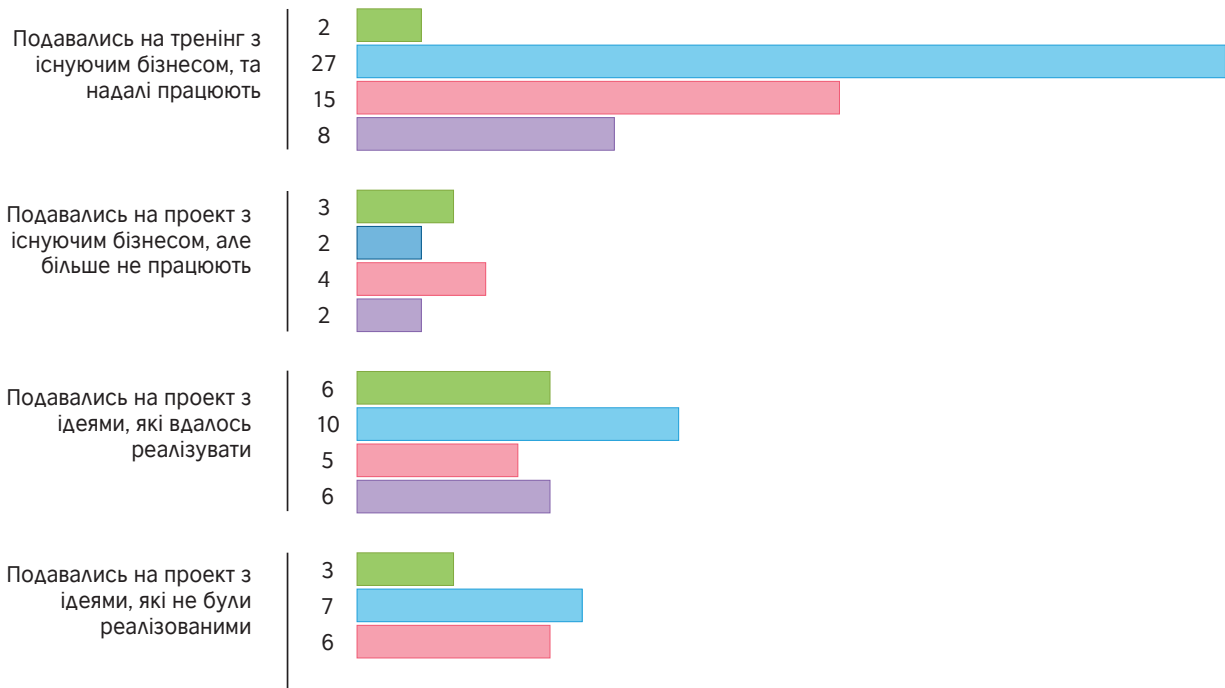
Доволі цікаві дані демонструє статистика щодо використання посібника. Окрім того, що ним користується переважна більшість учасників, також з'ясувалося, що **учасники, які прийшли на проект лише з ідеями, регулярно використовують посібник, незалежно від того, чи була ідея реалізована, чи ні.** Це говорить про те, що інформація у посібнику є прикладною та корисною і має суттєве значення для людей, котрі лише починають роботу над своїм креативним бізнесом.

² www.nesta.org.uk

³ goo.gl/wEMv3Y

Чи ви користувались/користуєтесь посібником «Бізнес у сфері креативних індустрій» після тренінгу?

■ Так, використовую його регулярно ■ Так, використовував/-ла лише після тренінгу
■ Так, іноді використовую ■ Ні, не використовую після проходження тренінгу



Вплив програми — середовище

Важливим інструментом програми є формат її проведення. Тренінг Creative Enterprise триває 4 дні, протягом яких до 25 підприємців із проектами з різних підсекторів працюють разом над власними ідеями та проектами. Навчання відбувається у форматі воркшопів, роботи в групах; учасники тренінгу вчаться представляти власні проекти перед широкою аудиторією та мають можливість отримати відгуки від фасилітатора та інших учасників тренінгу. В останній день навчання у фокусі юридичні аспекти ведення бізнесу. Робота у колективі креативних підприємців-одномумців із різних галузей формує середовище, в якому відбувається активний обмін знаннями та ідеями, в якому тестуються ці ідеї, та налагоджуються контакти. Ми проаналізували, як самі учасники тренінгу оцінюють вплив такого середовища на їх креативний бізнес.

Середовище креативних підприємців, а саме: **спілкування, обмін досвідом та контактами, — мало найбільш вагомий вплив на креативний бізнес учасників. 86% учасників вважають такий вплив дуже важливим або корисним.** Середовище, у якому зустрічаються креативні підприємці-початківці максимально сприяє формуванню кола одномумців та об'єднує людей зі схожими цілями. 77% учасників відзначили важливість відгуків про їх креативний бізнес, отриманих від інших учасників тренінгу. З відповідей учасників легко зробити висновок про необхідність формування спільноти креативних підприємців, де будуть

створені умови для роботи, взаємодії та розвитку. Навчальна програма Creative Enterprise створює таке середовище впродовж чотирьох днів тренінгу. Проте, без залучення локальних організацій та сприяння влади у організації відповідних просторів та екосистеми забезпечити сталість такої взаємодії дуже важко.

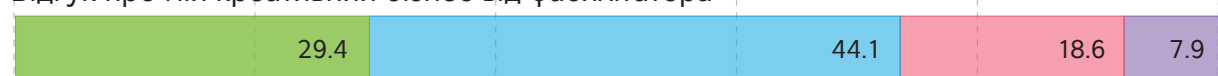
Що мало вплив на ваш креативний бізнес/проект в результаті проходження тренінгу?

■ дуже вагомий вплив
 ■ так, було корисно
 ■ незначний вплив
 ■ жодного

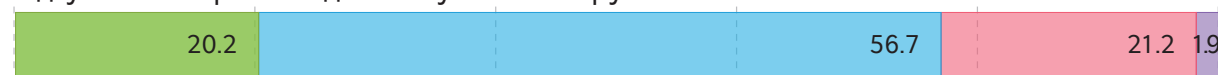
Контакти з іншими учасниками тренінгу



Відгук про мій креативний бізнес від фасилітатора



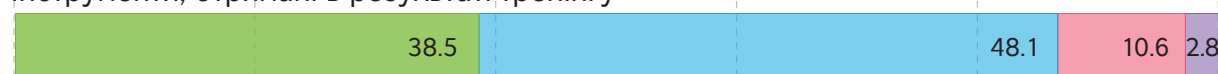
Відгук на мій проект від інших учасників групи



Середовище креативних підприємців



Інструменти, отримані в результаті тренінгу

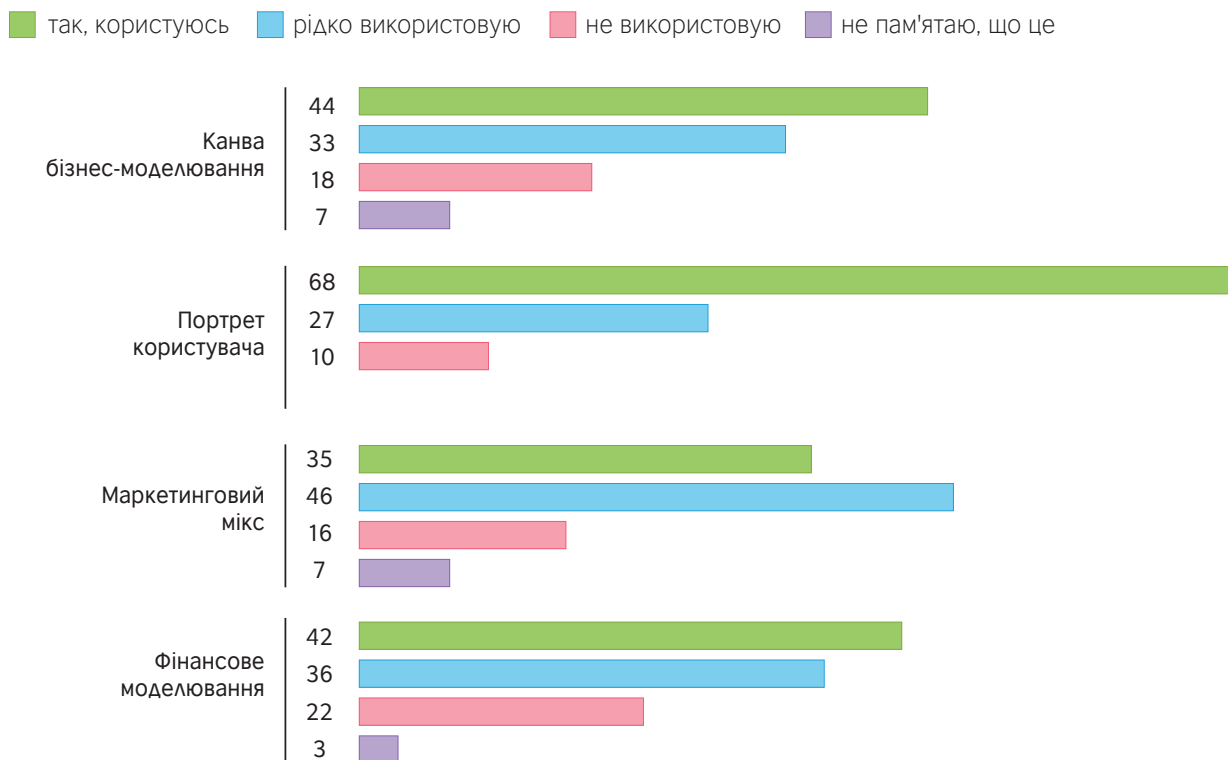


0 20 40 60 80 100%
% респондентів

Саме інструменти — посібник та шаблони для визначення цільової аудиторії, планування маркетингу та опису бізнес-моделі, з якими респонденти працювали під час навчання за програмою Creative Enterprise, — у значній мірі допомагають підприємцям навчитися вести свій бізнес. **90 респондентів із 104 вказали, що отримані під час навчання інструменти мали дуже вагомий вплив або були корисними для розвитку їхнього креативного бізнесу.** Проте, точково такий вплив є недостатнім. Водночас, поширення програми та створення додаткових можливостей може позитивно вплинути на розвиток цілого сектору креативної економіки України не лише на локальному рівні, а й на національному.

Додатково ми проаналізували, якими саме інструментами користуються підприємці і надалі, після проходження тренінгу:

Чи використовуєте ви інструменти, отримані під час навчання у програмі? Якщо так, то які?

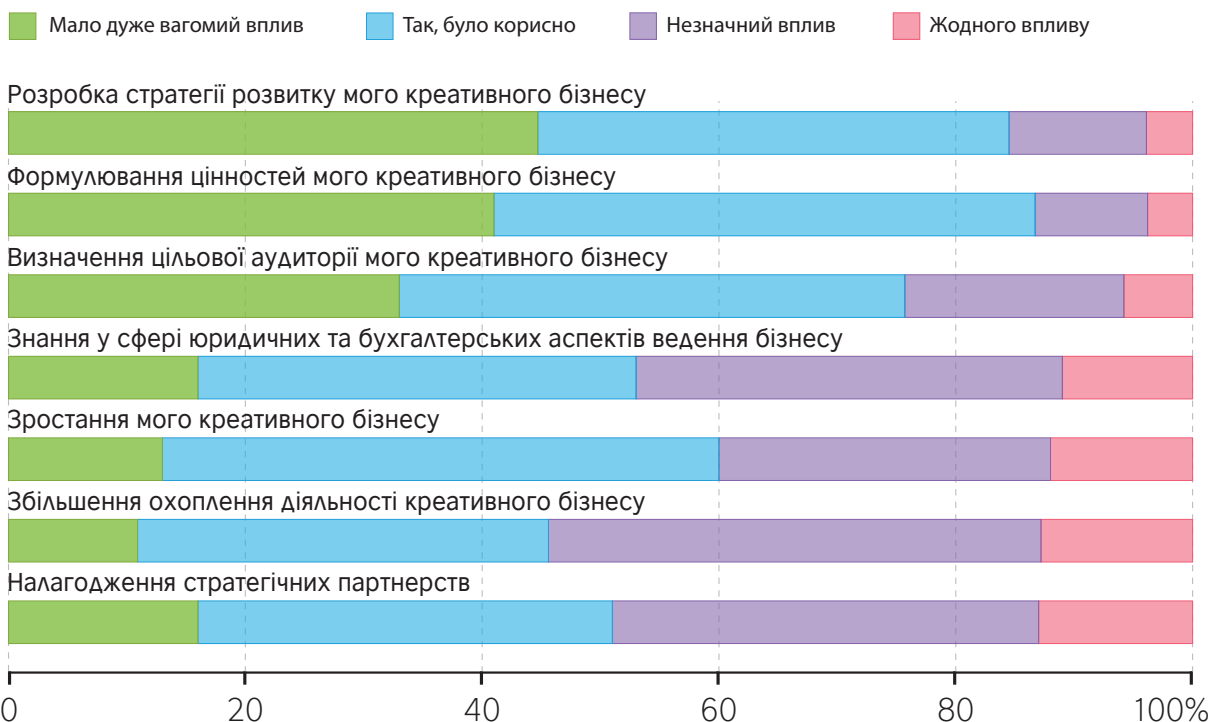


Переважна більшість учасників програми в тій чи іншій мірі використовує всі отримані інструменти. Так, портрет користувача вивчається під час тренінгу одним із перших, цей інструмент використовують близько 90% учасників програми. 80% респондентів використовують і інші шаблони, отримані під час навчання: фінансове моделювання, маркетинговий мікс та канву бізнес-моделювання.

Вплив програми — сукупний вплив на бізнес

Ми вирішили оцінити вплив програми на різні аспекти діяльності креативних підприємств, не лише аналізуючи фактичні дані підприємства, рівень комунікації між учасниками та використання інструментів програми. Ми врахували й суб'єктивну думку респондентів стосовно того, на які аспекти їхнього креативного бізнесу вплинула участь у навчанні.

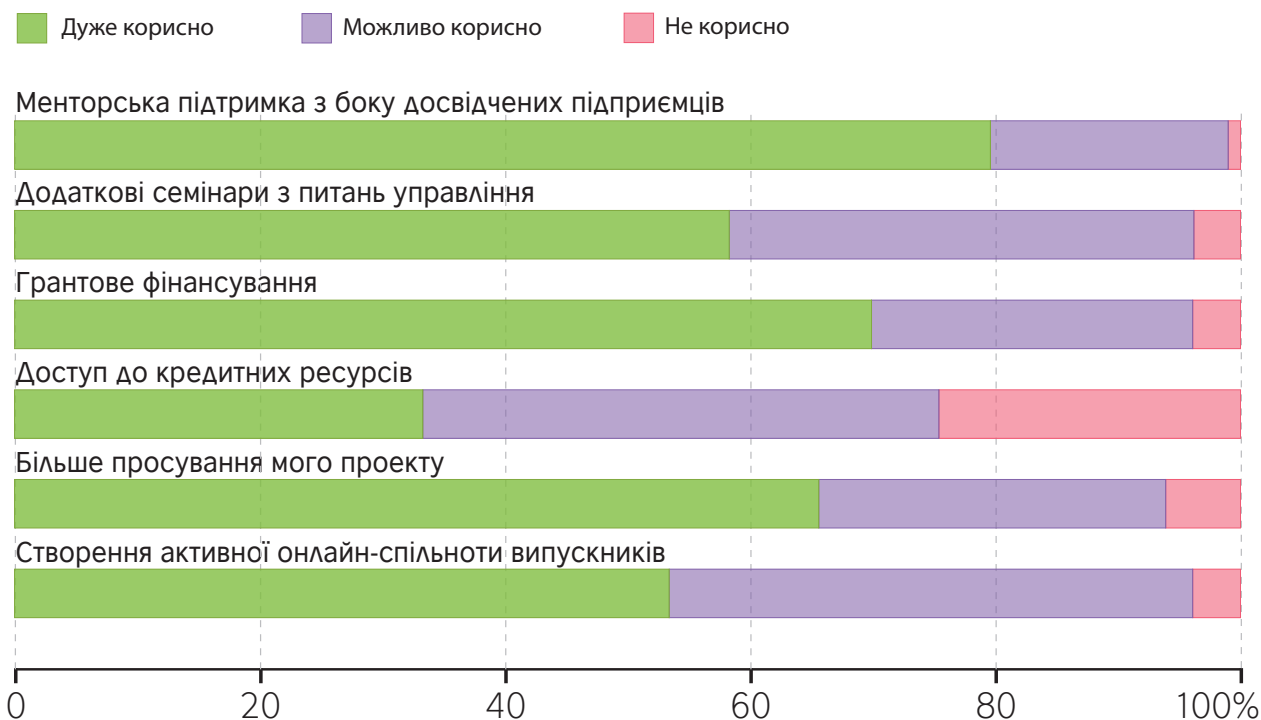
На вашу думку, на які аспекти вашого бізнесу/проекту вплинуло навчання на програмі Creative Enterprise?



Переважна більшість учасників програми підкреслила, що **дуже важливий вплив програма мала саме на формування стратегії, формулювання цінностей та визначення цільової аудиторії.**

Навчання за програмою Creative Enterprise триває 4 дні поспіль. Інтенсивне навчання та спілкування мають свій позитивний вплив, проте, повертаючись до буденної роботи, підприємці часто стикаються з необхідністю додаткових консультацій стосовно отриманих інструментів чи загалом не встигають впроваджувати вивчене під час програми через велику кількість щоденних задач.

Як ви вважаєте, що було б корисним для підтримки вашої ідеї/бізнесу після навчання на програмі Creative Enterprise?



На наше прохання надати рекомендації для поліпшення програми Creative Enterprise частина підприємців відповіли наступним чином:

- більше спілкування із успішними креативними підприємцями
- побудова спільноти випускників
- можливість отримання приватних консультацій або контактів менторів, які працюють у сфері креативних індустрій
- менторський супровід проектів, з постановкою проміжних цілей
- періодичні зустрічі випускників
- додаткова інформація про можливості фінансування проектів.

Тренінг показує нові аспекти діяльності випускників. **Якщо до навчання лише частина підприємців розуміла чи навіть думала про цінність спільноти, важливість постановки цілей та менторство, то після навчання за програмою їхня цінність стає очевидною для більшості учасників.** На сьогодні уже зроблено перші кроки, а саме: створено Facebook-спільноту випускників програми Creative Enterprise Ukraine, п'ятеро випускників програми з кінця 2017 року – початку 2018 року отримують менторський супровід власних проектів впродовж півроку; PPV Knowledge Networks започаткували щоквартальні події для креативних підприємців у Львові під назвою Creative Industries Talks, кожна з яких присвячена певній сфері креативної індустрії.

WhiteMovie
PRODUCTION



www.whitemovie.com.ua



Кейс

Марина Гришай

WhiteMovie production

Кінопродакшн-компанія, що спеціалізується на зйомці рекламних роликів, музичних кліпів, концертів, документальних та художніх фільмів.

Співпрацювали із Concert.ua, Upgrade, Klitschko Foundation, ВДНГ, David Guetta, Armin Van Buuren, Джамалою, Монатіком

Рік заснування: 2015

Київ

До появи ідеї заснувати свій продакшн Марина отримала освіту режисера кіно. Після закінчення вишу працювала режисером, але продюсування проектів завжди відбувалось з боку інших компаній. Вона та її друзі запрошували одне одного працювати на різних проектах, і в процесі утворилася компанія людей, яким було приємно та зручно працювати разом.

Про тренінг

Прочитала оголошення про тренінг Creative Enterprise і вирішила, що потрібно піти та зрозуміти, чи має її ідея створення свого продакшену право на життя. Протягом навчання Марина зрозуміла, що вона готова, — у неї була команда, була мрія, освіта, досвід та цілі. Єдине, чого не вистачало, — це зробити крок вперед. Надихнуло спілкування із учасниками тренінгу, з тими, хто розвиває свою справу. Зрозуміла, що одним із її перших кроків має бути розробка власного сайту. Під час тренінгу з'явилась ідея та визначилась концепція сайту, на яку Марина отримала схвальний фідбек та підтримку від фасилітатора й одногрупників. Після Creative Enterprise у команди з'явився сайт, де вони розмістили свої комерційні роботи та художні фільми, а згодом зареєстрували приватне підприємство та найняли бухгалтера.

В своїй роботі команда WhiteMovie приділяє особливу увагу авторським правам та завжди оформлює їх на фільми, які вона знімає. Це важливо робити як для захисту своєї ідеї, так і для можливості показу фільму на великих фестивалях. На кожному зі своїх проектів Марина намагається вчитися чогось нового. Її команда щоразу ставить собі вищі планки, щопівроку вони переглядають поставлені цілі та ставлять нові.

Плани

В планах команди WhiteMovie розвиватися та працювати над художніми проектами: документальними та ігровими фільмами, а також рекламою та кліпами.

Поради:

- Потрібно уважно дослухатися до себе — чи дійсно це та справа, якій я хочу присвятити своє життя.
- Вірити в свою команду та в справу, яку ви робите разом.
- Діяти та бути вдячним за можливості, які спонукають вас розвиватися.

Ключові досягнення:

- Команда White Movie Production зросла з 3 до 10 людей, з'явилися постійні партнери
- Зросла якість зйомки, кількість та бюджети проектів
- Визначилися з напрямками роботи: іміджеві відео (таке зняли для Джамали, Монатіка), кліпи, корпоративні ролики, реклама (ВДНГ) та художнє кіно (документальний фільм та 2 художніх — коротко- та середньометражний — фільми).

Екосистема креативних індустрій та потреби підприємців

Креативний бізнес не існує сам по собі. Діяльність усіх підприємців відбувається в середовищі, в якому потрібно створити продукт, виготовити або масштабувати його, та в якому повинно бути коло споживачів. Екосистема, в якій створюється бізнес, часто визначає долю самого бізнес-проекту. **Для успішного розвитку потрібно як середовище креативних підприємців, так і ресурси для його існування** — людські, природні, соціальні, фінансові та інтелектуальні. Усе це, разом з попитом на продукт та каналами збуту, створює сприятливу екосистему для розвитку креативного підприємництва.

Станом на лютий 2018 рок навчальні тренінги за програмою Creative Enterprise були проведені у Дніпрі, Івано-Франківську, Києві, Львові, Одесі та Харкові. Кожне з цих міст має свою специфіку та по-різному впливає на розвиток креативного підприємництва. **На запитання, чи є у вашому місті організації, які допомагають креативним підприємцям, респонденти з Дніпра та Харкова не вказали жодної, учасники програми з Івано-Франківська та Одеси вказали Тепле Місто та Impact Hub Odessa відповідно.** Для міст із населенням більше одного мільйона відсутність відомих організації, які підтримують креативні індустрії, є доволі критичною. Також респонденти саме із Дніпра та Харкова у більшій мірі, ніж інші, вказали на те, що у їхніх містах бракує освітніх можливостей для креативних підприємців, креативних просторів та менторів, в той час коли таланти є у достатній кількості. **Це говорить про сірі зони в екосистемі креативної економіки навіть у мегаполісах, коли для талантів не створюються відповідні умови для реалізації своїх творчих ідей та створення бізнесу на базі своїх творчих навичок.** Схожа картина притаманна і для інших міст, де проводився тренінг Creative Enterprise, проте вона не настільки критична. У Одесі доволі активну позицію у розвитку креативного підприємництва займає ImpactHub Odessa. В Івано-Франківську ГО «Тепле Місто» зараз створює всі умови для розвитку креативних підприємців, проте, у місті критично бракує менторів та бізнес-інкубаторів для цієї аудиторії.

На даний момент **Львів та Київ виглядають як найбільш сприятливі середовища для підприємців-початківців**. У кожному з міст підприємці змогли назвати більше 3 організацій, котрі підтримують стартапи в креативній економіці, серед яких були і Британська Рада та PPV Knowledge Networks. Якщо у Львові уже є певна кількість організацій, котрі підтримують креативних підприємців, то кількість креативних просторів, коворкінгів, бізнес-інкубаторів та освітніх можливостей для креативних підприємців, на думку респондентів, є недостатньою. **Респонденти з Києва вважають, що у Києві достатня кількість коворкінгів та креативних просторів, хоча попит на такі локації надалі перевищує пропозицію**. При цьому всі респонденти відмітили те, що у Києві критично бракує менторів, бізнес-інкубаторів та освітніх можливостей.

Створення необхідної інфраструктури та сприяння креативному сектору не може бути залишене на ініціативу самих креативних підприємців. Цей сектор економіки потребує залучення місцевої влади і громадських організацій для створення повноцінної екосистеми розвитку підприємництва.

Чи є у вашому місті організації, які допомагають креативним підприємцям? Якщо так, вкажіть, будь ласка, які.

● - кількість відповідей

Івано-Франківськ

2 Тепле Місто

Дніпро

жодної відповіді

Київ

5 Британська Рада

2 Часопис

2 Гете-Інститут

Міська Рада

Projector

Startup Network

Львів

5 PPV Knowledge Networks

2 LvBS

2 Центр підприємництва

УКУCreative City Lviv

Львівський бізнес-клуб

Street Food Academy

Одеса

5 Impact Hub Odessa

Харків

важко сказати

Оцініть стан екосистеми креативної економіки у вашому місті

■ Є у достатній кількості ■ Є, проте попит перевищує пропозицію ■ Бракує ■ Немає ■ Я не знаю

Освітні можливості для креативних підприємців (%)

Всього	18.8	31.7	39.5	5	5
Дніпро	0	3.1	5	20	20
Івано-Франківськ	10.5	3.1	7.5	20	0
Київ	63.2	28.2	22.5	0	60
Львів	15.8	37.5	35	20	20
Одеса	10.5	15.6	10	0	0
Харків	0	12.5	20	40	0

Креативні простори (%)

Всього	34.3	25.5	32.4	1.9	5.9
Дніпро	2.9	0	6.1	0	33.3
Івано-Франківськ	8.6	7.7	9.1	0	0
Київ	48.6	19.3	27.3	50	16.7
Львів	22.9	34.6	30.3	50	50
Одеса	8.5	19.2	9.1	0	0
Харків	8.5	19.2	18.1	0	0

Коворкінги (%)

Всього	60	15	15	6	4
Дніпро	3.3	0	0	25	50
Івано-Франківськ	3.3	6.7	20	0	0
Київ	45	13.3	13.3	0	50
Львів	20	60	53.4	50	0
Одеса	11.7	6.7	0	25	0
Харків	16.7	13.3	13.3	0	0

Бізнес-інкубатори (%)

Всього	10.2	15.3	36.8	20.4	17.3
Дніпро	0	0	5.6	10	5.9
Івано-Франківськ	0	6.7	13.8	0	0
Київ	60	33.3	38.8	15	35.3
Львів	10	40	25	30	52.9
Одеса	30	13.3	2.9	15	0
Харків	0	6.7	13.9	30	5.9

Ментори (%)

Всього	10.9	9.9	48.5	9.9	20.8
Дніпро	0	0	4.1	10	9.5
Івано-Франківськ	0	10	10.2	0	4.6
Київ	45.5	50	34.7	10	28.7
Львів	18.2	20	28.5	40	42.9
Одеса	36.3	0	10.2	10	0
Харків	0	20	12.3	30	14.3

Таланти (%)

Всього	64.4	17.8	9.9	1	6.9
Дніпро	4.6	5.6	0	0	14.3
Івано-Франківськ	6.2	5.6	10	0	14.3
Київ	35.4	33.3	40	0	14.3
Львів	26.1	33.3	30	100	57.1
Одеса	12.4	5.6	10	0	0
Харків	15.3	16.6	10	0	0

Серед інших складових екосистеми креативного підприємництва — фінансування галузі, наявність постачальників та виробництв, каналів продажу та споживачів.

Лише 25% задоволені попитом на послуги/продукти креативних підприємців; 22% респондентів вважають, що є достатня кількість каналів продажу їх продукції; 29% з усіх респондентів вважають, що є достатня кількість постачальників для створення їх креативного продукту; 36% не мають проблем із кількістю виробників, і не більше 15% респондентів задоволені кількістю кваліфікованого персоналу, можливостями фінансування їх бізнесу та наявністю маркетингових послуг і просування креативних продуктів.

Відсутність постачальників та труднощі у виробництві впливають на високу собівартість кінцевої продукції та знижують її привабливість для точок продажу.

Це, в свою чергу, не сприяє зростанню кількості каналів продажу продукції креативних підприємців та попиту на їх продукцію.

Чого, на вашу думку, бракує у вашому місті для ведення креативного бізнесу?

■ Є у достатній кількості ■ Частково бракує ■ Дуже бракує ■ Я не знаю

Попиту на послуги/продукти (%)

Всього	25.3	44.4	20.2	10.1
Дніпро	0	9.1	0	10
Івано-Франківськ	0	6.8	0	40
Київ	56	25	40	10
Львів	20	27.3	45	30
Одеса	12	15.9	5	0
Харків	12	15.9	10	10

Місце продажу послуг/продуктів (%)

Всього	22.2	46.5	28.3	3
Дніпро	0	2.2	10.8	33.3
Івано-Франківськ	4.5	8.7	7.1	0
Київ	45.5	30.4	28.6	66.7
Львів	18.2	34.8	32.1	0
Одеса	4.5	13	14.3	0
Харків	27.3	10.9	7.1	0

Постачальників товарів/послуг (%)

Всього	28.3	36.3	26.3	9.1
Дніпро	3.6	2.8	7.7	22.2
Івано-Франківськ	3.6	5.6	7.7	11.1
Київ	46.4	33.3	26.9	11.1
Львів	14.3	30.6	46.2	33.3
Одеса	14.3	13.9	3.8	11.1
Харків	17.8	13.9	7.7	11.1

Виробників (%)

Всього	37.1	34	20.6	8.3
Дніпро	2.8	6.1	10	12.5
Івано-Франківськ	2.8	9.1	10	0
Київ	36.1	39.3	25	25
Львів	27.8	30.3	35	25
Одеса	13.8	6.1	15	0
Харків	16.6	9.1	5	37.5

Кваліфікованого персоналу (%)

Всього	15.4	45	35.2	4.4
Дніпро	0	2.4	9.6	25
Івано-Франківськ	7.1	7.3	9.6	0
Київ	28.6	46.3	9.3	25
Львів	35.7	24.4	46.7	0
Одеса	14.3	9.8	9.3	25
Харків	14.3	9.8	15.5	25

Можливостей фінансування (%)

Всього	8.1	26.3	51.5	14.1
Дніпро	0	7.7	3.9	7.1
Івано-Франківськ	0	3.8	9.8	7.1
Київ	25	46.2	33.3	21.4
Львів	50	26.9	27.5	35.7
Одеса	12.5	15.4	5.9	14.3
Харків	12.5	0	19.6	14.4

Доступних послуг із маркетингу та просування (%)

Всього	11	39	41	9
Дніпро	0	10.3	0	11.1
Івано-Франківськ	0	12.8	7.3	0
Київ	45.5	33.3	34.1	22.2
Львів	27.3	23.1	29.3	55.5
Одеса	0	15.4	12.2	0
Харків	27.2	5.1	17.1	11.1

Серед інших труднощів у веденні креативного бізнесу учасники тренінгу Creative Enterprise найчастіше зазначають такі фактори:

- висока собівартість кінцевої продукції
- низька купівельна спроможність
- відсутність каналів продажу готової продукції
- неготовність делегувати
- можливості створення прототипів та знаходження варіантів виготовлення продукції
- брак коштів для пришвидшення розвитку
- проблеми з інтелектуальною власністю
- труднощі у монетизації креативних підприємств
- відсутність фінансової грамотності та навичок стратегічного планування
- наявність якісної сировини та кваліфікованого персоналу.

Підтвердження позитивного впливу навчальної програми Creative Enterprise та виявлення потреб підприємців може стати подальшим фундаментом у розробці програм підтримки креативних підприємців на рівні місцевої влади чи організацій, які підтримують цей сектор економіки.

Kyiv Mini Maker Faire



Кейс

ФЕСТИВАЛЬ Maker Faire

Фестиваль технологій, винахідливості та креативності, що проводиться у всьому світі для ентузіастів, які люблять робити предмети руками

Рік заснування в Україні: 2015

Київ

Ідея просувати рух мейкерства в Україні почалася в Світлани Бовкун і Юрія Власюка з любові до американського журналу Make про професійних винахідників та аматорів-ентузіастів, що роблять речі своїми руками.

Разом із чоловіком Світлана вирішила стати частиною руху мейкерів і офіційно представляти Maker Faire в Україні. Формат фестивалю регламентований, тож після першої ж ліцензійної події у 2015 році вони отримали відгук від публіки. Окрім основного фестивалю, був запит на додаткову програму незалежно від Maker Faire. Із цим запитом Світлана і прийшла на тренінг Creative Enterprise Ukraine — зрозуміти, як стратегічно розвивати незалежну від фестивалю складову, перевірити свої гіпотези та отримати зворотний зв'язок. І своєї мети досягла: вона подивилася глибше на ідею та зрозуміла, що потрібно стартувати із онлайн-платформи makerhub.org, спланувала довгострокові цілі проекту.

Про тренінг

Під час тренінгу Світлана зрозуміла, що грантові програми не завжди годяться для потреб команди. Їм цікавіше бути корисними для спільноти, щоб отримати від неї підтримку, ніж розраховувати на гранти. Модель роботи Maker Faire передбачає співпрацю з іншими фестивалями, фондами, асоціаціями, що мають схожі цінності. На думку Світлани, однією з найбільших цінностей програми є одногрупники.

Саме вони можуть подивитися на твій проект під іншим кутом або запропонувати рішення з огляду на власний досвід. Після тренінгу у Світлани зав'язалася співпраця із одногрупниками: виробник дитячих іграшок і текстилю для дому ISTI Home брав участь у Maker Faire, інший колега організував в рамках ярмарку майстер-класи з гри на бандурі.

Плани

Пріоритет для Світлани — розвивати наявну спільноту Maker Faire та створювати нову. Запланований запуск ще одного Maker Faire у Дніпрі.

Команда також продовжить працювати над бізнес-моделлю поза рамками Maker Faire. Для підтримки діалогу із мейкерами та учасниками фестивалю команда надалі розвиватиме платформу makerhub.org. Світлана із колегами — в пошуках навчальних прикладів, які були б корисними вчителям початкових класів. У планах продовжувати організувати екскурсії містом, зустрічі спільноти та лекції на суміжні теми.

Поради:

- Планувати довгостроково. Навіть якщо все зміниться, поставити собі велику ціль та сфокусуватися на ній.
- Швидше робити та не сумніватися. Пробувати, тестувати, перевіряти. Не чекати ідеального часу та ресурсів для перевірки ідеї.
- Постійно приділяти час нетворкінгу, обирати для себе ті зв'язки, які стратегічно важливі для вашого проекту, та будувати із ними відносини.

Ключові цифри:

- 5000 відвідувачів останнього Maker Faire
- Команда зросла з 5 до 10 людей
- Проведено 10 фестивалів у Києві, Львові, Одесі та Харкові
- Meetup група Kyiv Maker Faire налічує 400+ людей.

makerhub.org | kyiv.makerfaire.com | s.bovkun@makerhub.org

Корисна інформація

Термінологія

У дослідженні ми вживаємо термін креативна економіка (сектор креативної економіки, підсектори креативної економіки). В Україні термінологія ще знаходиться на етапі становлення. Ми вживаємо термін креативна економіка у значенні «креативні та культурні індустрії». UNESCO визначає креативні індустрії як індустрії, метою яких є створення, виробництво і комерціалізація творчих змістів, що є нематеріальними і культурними за своєю природою. Такі змісти зазвичай захищені правом інтелектуальної власності і можуть мати форму продукту чи послуги. До секторів креативної економіки належать видавнича справа, дизайн, мода, ремесла, архітектура, образотворче мистецтво, фотографія, музика, перформативне мистецтво, кіно, радіо, реклама та маркетинг, онлайн-видання, програмне забезпечення, фестивалі, музеї, креативні простори, освітні проекти у креативній сфері, тощо.

Корисні лінки та посилання

Creative Enterprise Ukraine

britishcouncil.org.ua/creativeenterprise

Creative Enterprise — глобальна програма навчання для підприємців у сфері культурних та креативних індустрій, що реалізується Британською Радою в Україні та британською агенцією з інновацій Nesta у партнерстві з креативними хабами у різних містах України. Основні теми навчання: бізнес-моделювання, позиціонування та маркетинг. Участь у програмі можуть брати проекти, стартапи та малі форми бізнесу у сфері креативної економіки.

Інформацію про наступні набори можна дізнатись на веб-сайті Британської Ради та на сторінках Британської Ради у соціальних мережах.

Nesta

nesta.org.uk

Британська агенція з інновацій. Розробник глобальної програми Creative Enterprise та посібника «Бізнес у сфері креативних індустрій». На сайті Nesta публікуються корисні дослідження та рекомендації в галузі креативної економіки, освіти, соціального підприємництва, інновацій, тощо.

PPV Knowledge Networks

ppv.net.ua

PPV Knowledge Networks — це агенція економічного розвитку, що створює та розвиває компанії та бізнес-мережі. Працюємо у Львові з 2008 року. Ми реалізуємо проекти економічного розвитку територій, що формуються за принципами міжсекторної взаємодії. Нашими основними партнерами є бізнес, органи місцевого самоврядування та міжнародні інституції. Ключові сфери інтересів — це зелена економіка та креативна економіка. Наше портфоліо містить понад 50 проектів економічного розвитку. Ми надаємо послуги з підтримки бізнесу, підготовки аналітики, проектного менеджменту та супроводу інвесторів, також проводимо ряд заходів у сфері креативних індустрій, а саме Creative Economy Days та Creative Industries Talks. З 2017 року PPV Knowledge Networks є партнером Британської Ради у реалізації програми Creative Enterprise Ukraine.

PwC

pwc.com

Мережа PwC працює в 157 країнах, нараховуючи більш ніж 195 000 фахівців і займає провідну позицію на ринку аудиторських, податкових і консультаційних послуг. PwC встановлює стандарти і задає тон із надання професійних послуг у світі. До числа клієнтів компанії входить більше ніж 90% компаній з рейтингів «FTGlobal 500» та «FortuneGlobal 500». На українському ринку PwC присутня з 1993 року. В Україні PwC співпрацює з Національним Банком України, Міністерством фінансів України, з іншими регуляторними органами та провідними компаніями, розробляючи та впроваджуючи найкращі практики.

Culture Bridges

culturebridges.eu

Програма сприяє розвитку українського культурного та креативного сектору. Culture Bridges фінансується Європейським Союзом в межах впровадження Угоди про асоціацію між Україною та ЄС та здійснюється Британською Радою в Україні у партнерстві з EUNIC — мережею Національних інститутів культури Європейського Союзу.

Спільнокошт

biggggidea.com

Колективне фінансування передбачає вкладення коштів у бізнес в обмін на продукт або подарунок від власників проекту. На території України з 2012 року діє краудфандингова платформа «Спільнокошт». За 2016 та 2017 рік отримати фінансування через цю платформу робили спроби 109 проектів, з яких 43 — проекти у сфері креативної економіки. 73% проектів вдалося залучити необхідні кошти на реалізацію своїх ідей. Які проекти можуть брати участь у залученні коштів та як подати свій проект, можна дізнатись на сторінці «Спільнокошту».

Ідеї для мікробізнесу

business-models.com.ua

Команда PPV Knowledge Networks на замовлення ПРООН провела інтерв'ю із понад 300 підприємцями, і на основі цієї інформації було створено звіт з практичними порадами та бізнес-моделями для мікробізнесу. Описи 30 бізнес-моделей у форматі канви бізнес-моделювання (business model canvas) можна знайти у «Ідеї для мікробізнесу: практичні поради». Типові моделі фінансування організацій креативної економіки можна знайти на ресурсі.

Strategyzer

strategyzer.com

Ресурс, що містить набір інструментів для оцінки бізнес-ідей, бізнес-моделювання та роботи над ціннісною пропозицією. Використовуючи платформу, ви зможете краще розуміти клієнтів, покращувати свої продукти та розвивати бізнес.

The Institute of Network Cultures (INC)

networkcultures.org

Інститут аналізує та формує ландшафт для культурних мереж за допомогою заходів, публікацій та онлайн-діалогу. Його проекти формуються навколо цифрового видавництва, альтернативних бізнес-моделей, онлайн-відео та дизайну, цифрової контркультури та багато іншого. Зокрема, пропонуємо ознайомитися з краудфандинговим посібником для початківців.

Контакти

Британська Рада

вул. Григорія Сковороди, 4/12

Київ 04070

+380 44 490-56-00

www.britishcouncil.org.ua

fb.com/BritishCouncilUkraine

Менеджер проєктів у сфері креативної економіки

Анна Карнаух | anna.karnaikh@britishcouncil.org.ua

PPV Knowledge Networks

вул. Генерала Чупринки, 50/12

Львів 79013

+380 67 509-41-29

ai@ppv.net.ua

www.ppv.net.ua

fb.com/ppvknowledgenetworks

Менеджер проєктів в сфері креативної економіки

Амалія Юсуфова | ai@ppv.net.ua