

РЕЗЮМЕ (SUMMARY) до кваліфікаційної роботи здобувача:		Ткачова Олена Володимирівна	
ЗВО	Київський національний університет будівництва і архітектури		
Тема	Розвиток архітектурно-будівельного підприємства у сфері креативних індустрій Development of an architectural and construction enterprise in the field of creative industries		
Освітній ступень	Бакалавр		
Факультет	Будівельний		
Кафедра	Економіки будівництва		
Спеціальність	051 Економіка		
Освітня програма	Економіка підприємства		
Керівник	к.е.н. доц Титок В.В.		
Обсяг роботи:	пояснювальна записка, стор.	розділів	презентація формату А-4
	110	3	20
Розділ 1	Теоретичні підходи та огляд основних наукових рекомендацій розвитку креативних індустрій		
Розділ 2	Аналіз тенденцій розвитку креативних індустрій в Україні та фінансові можливості їх упровадження в діяльність архітектурно-будівельної фірми "Еліт"		
Розділ 3	Актуальні шляхи розвитку архітектурно-будівельного підприємства у сфері креативних індустрій		
Висновки по роботі:	Проаналізовано діяльність архітектурно-будівельної компанії «Еліт» у сфері креативних індустрій під час війни в Україні, яка продемонструвала стійкість, адаптивність та відданість справі відновлення та покращення середовища. Компанія зробила значний вплив на зусилля з реконструкції та здійснила внесок у загальний добробут постраждалих громад.		
Ключові слова:	креативні індустрії, креативна економіка, архітектурно-будівельна діяльність, аналіз платоспроможності, аналіз рентабельності, аналіз фінансової незалежності, аналіз ділової активності.		

Здобувач: _____/Олена ТКАЧОВА/

Керівник: _____/Вікторія ТИТОК/

“21” червня 2023 р.

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ**

Будівельний факультет

Кафедра економіки будівництва
(повна назва випускової кафедри)

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Завідувач кафедри

д.е.н., проф. Сергій СТЕЦЕНКО

«_____» _____ 20__ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»

на тему:

Розвиток архітектурно-будівельного підприємства
у сфері креативних індустрій

Галузь знань:

05 – Соціальні та поведінкові
науки

Спеціальність:

051 Економіка

Освітньо-професійна програма:

«Економіка підприємства»

IV курс, група ЕП-41

Здобувач:

Ткачова Олена Володимирівна

(прізвище та ініціали)

Керівник

Титок Вікторія Вікторівна

(прізвище та ініціали)

Рецензент

Зінченко Мирослава Михайлівна

(прізвище та ініціали)

(підпис)

(підпис)

(підпис)

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ**

Факультет: будівельний
Кафедра: економіки будівництва
Ступінь вищої освіти: бакалавр
Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)
Галузь знань: 05 – Соціальні та поведінкові науки
Спеціальність: 051 – Економіка
Освітньо-професійна програма: «Економіка підприємства»

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Завідувач кафедри
економіки будівництва
д.е.н., проф. Сергій СТЕЦЕНКО

“12” травня 2023 року

**З А В Д А Н Н Я
НА ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ
здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»**

Здобувач(ка) Ткачова Олена Володимирівна
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи Розвиток архітектурно-будівельного підприємства
у сфері креативних індустрій

керівник роботи к.е.н., доцент Титок Вікторія Вікторівна
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від “15” травня 2023 року № 913/2

2. Термін подання роботи здобувачем 12 червня 2023 р.

3. Вихідні дані:

- паспорт кваліфікаційної роботи здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»;
- методичні вказівки до виконання кваліфікаційної роботи (до кожного розділу).

4. Перелік розділів основної частини кваліфікаційної роботи:

Вступ

- 1) Теоретичні підходи та огляд основних наукових рекомендацій розвитку креативних індустрій
- 2) Аналіз тенденцій розвитку креативних індустрій в Україні та фінансові можливості їх упровадження в діяльність архітектурно-будівельної фірми "Еліт"
- 3) Актуальні шляхи розвитку архітектурно-будівельного підприємства у сфері креативних індустрій
- 4) Висновки
- 5) Список використаних джерел

5. Об'єм основної частини та графічних додатків кваліфікаційної роботи

№ розділу	Найменування розділів кваліфікаційної роботи	Об'єм основної частини (аркушів ф. А4)
1	Теоретичні підходи та огляд основних наукових рекомендацій розвитку креативних індустрій	≤ 30
2	Аналіз тенденцій розвитку креативних індустрій в Україні та фінансові можливості їх упровадження в діяльність архітектурно-будівельної фірми "Еліт"	≤ 30
3	Актуальні шляхи розвитку архітектурно-будівельного підприємства у сфері креативних індустрій	≤ 30
4	Висновки	1
5	Список використаних джерел	1
	Разом:	≤ 90

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Титок В.В.		
2	Титок В.В.		
3	Титок В.В.		

7. Дата видачі завдання _____ 12 травня 2023 року _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапу роботи	Примітка
1	Вступ	19.05.2023	виконано
2	Теоретичні підходи та огляд основних наукових рекомендацій розвитку креативних індустрій	26.05.2023	виконано
3	Аналіз тенденцій розвитку креативних індустрій в Україні та фінансові можливості їх упровадження в діяльність архітектурно-будівельної фірми "Еліт"	02.06.2023	виконано
4	Актуальні шляхи розвитку архітектурно-будівельного підприємства у сфері креативних індустрій	09.06.2023	виконано
5	Висновки, список використаних джерел	16.06.2023	виконано
6	Попередній захист кваліфікаційної роботи	20.06.2023	виконано
7	Рецензування кваліфікаційної роботи	20.06.2023	виконано
8	Захист кваліфікаційної роботи	22.06.2023	

Здобувачка _____

(підпис)

Олена ТКАЧОВА

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____

(підпис)

Вікторія ТИТОК

(прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

Вступ.....	5
РОЗДІЛ 1. Теоретичні підходи та огляд основних наукових рекомендацій розвитку креативних індустрій.....	8
1.1. Основні поняття та класифікації креативних індустрій.....	8
1.2. Нарямки наукового пошуку та теоретичних передумов функціонування креативних індустрій.....	22
1.3. Архітектурно-будівельна діяльність як складова креативних видів господарської діяльності українських підприємств.....	29
РОЗДІЛ 2. Аналіз тенденцій розвитку креативних індустрій в Україні та фінансові можливості їх упровадження в діяльність архітектурно-будівельної фірми "Еліт".....	40
2.1. Дослідження фінансово-економічних результатів будівельної галузі України та статистична оцінка розвитку креативних індустрій.....	40
2.2 Аналіз діяльності та фінансово-економічних результатів архітектурно-будівельного підприємства на прикладі архітектурно-будівельної компанії "Еліт".....	60
РОЗДІЛ 3. Актуальні шляхи розвитку архітектурно-будівельного підприємства у сфері креативних індустрій.....	74
3.1. Результати аналізу АБК «Еліт» та визначення напрямків його розвитку в сфері креативних індустрій.....	74
3.2. Розробка загальної стратегії розвитку архітектурно-будівельного підприємства АБК «Еліт».....	89
3.3. Креативні індустрії як засіб подолання викликів воєнного часу.....	95
Висновки.....	103
Список використаних джерел.....	105
Додатки.....	111

ВСТУП

Актуальність теми. Новий етап розвитку України характеризується різноманітними викликами, ризиками і збуреннями, які мають на меті перешкодити її загальному сталому розвитку у якості європейської держави. Ці виклики є глобальними і включають у себе війну, епідемію коронавірусу, значний відтік кваліфікованих кадрів та молодого покоління українців за кордон, переведення економіки із напрямку економічного розвитку на воєнні потреби тощо.

Для того щоб успішно протидіяти таким загрозам, економіка країни має знайти нові, інколи нетрадиційні способи розвитку, які не тільки дадуть змогу протидіяти негативним впливам, але і дозволять прискорити економічне зростання під час повоєнного відновлення.

Одним із таких способом може стати розвиток креативної економіки, яка стала складовою успіху багатьох країн світу та може стати у нагоді для забезпечення майбутнього економічного зростання та створення робочих місць, оскільки креативні індустрії відомі своїм потенціалом.

Актуальність обраної теми підтверджує необхідність подальшої ідентифікації української нації, оскільки архітектура та будівництво мають здатність формувати культурну ідентичність, впливати на характер сприйняття окремого місця. А це вкрай необхідно для подальшого розвитку країни. Працюючи в області креативних індустрій, архітектурно-будівельне підприємство може активно сприяти культурному збагаченню громад, економічному відновленню та розвитку країни, створюючи простори, які відображають українську культурну спадщину, традиції та цінності.

Оскільки креативні індустрії наголошують на інноваціях, оригінальності та досконалому дизайні, то архітектурно-будівельні підприємства, які працюють у креативній сфері, розширюють сприйняття, використовуючи нові матеріали, технології, програмні засоби, перетворюючи життєві простори на нові формації, здатні поєднувати у собі красу, стійкість,

безпеку, розвиток. Зосередженість на інноваціях спонукає підприємство постійно розвиватися та створювати унікальні та далекоглядні проекти, що виділяє їх на конкурентному ринку. Але саме інновації стають рушієм прогресу і сталого розвитку, прискорюючи не тільки культурне, соціальне, але і економічне зростання.

Актуальність розвитку архітектурно-будівельного підприємства у сфері креативних індустрій полягає в його потенціалі сприяти економічному зростанню, культурному збагаченню, дизайнерським інноваціям, стійкості, міському розвитку та розширенню ринку в умовах повоєнного розвитку, а також протистояти існуючим загрозам під час війни. Прийнявши принципи креативної економіки, такі підприємства можуть позиціонувати себе як частину динамічного та перспективного сектору, а також позитивно впливати на суспільство та економіку.

Метою роботи є вивчення поняття «креативні індустрії» підприємства, розкриття його компонентів, а також надання рекомендацій щодо розвитку архітектурно-будівельного підприємства у сфері креативних індустрій.

Завдання:

–дослідити поняття «креативні індустрії», існуючі класифікації та можливості розвитку архітектурно-будівельних фірм у сфері креативної економіки;

–провести аналіз розвитку креативних індустрій в Україні та світі, здійснити огляд діяльності та розрахунок основних фінансово-економічних показників на реальному підприємстві;

–надати рекомендації щодо розвитку архітектурно-будівельних фірм у сфері креативної економіки.

Методологічною і теоретичною основою дослідження стали праці провідних вчених у галузі дослідження креативних індустрій, архітектурно-будівельної діяльності, та економіки будівництва, серед яких роботи: Беленкової О.Ю., Измайлової К.В., Гойко А.Ф. та інших. У роботі була використана фінансова звітність архітектурно-будівельної компанії «Еліт»,

статистичні дані щодо розвитку будівництва, архітектурної діяльності, малих будівельних підприємств, креативних індустрій у світі та в Україні.

Об'єктом дослідження є діяльність архітектурно-будівельної компанії «Еліт», а *предметом* – діяльність архітектурно-будівельної компанії «Еліт» у сфері креативних індустрій.

Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ТА ОГЛЯД ОСНОВНИХ НАУКОВИХ РЕКОМЕНДАЦІЙ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

1.1. Основні поняття та класифікації креативних індустрій

Креативність почала розглядатись у якості рушійної сили економіки відносно недавно – на початку двадцять першого сторіччя. При цьому вважається, що креативність є невід’ємною ознакою сучасної економіки. Так само як промислова революція дала поштовх до розвитку у 19-му сторіччі, а інформаційні технології – у двадцятому, креативна економіка має стати рушійною силою сучасного розвитку.

Основа сучасної креативної економіки визначається дослідженнями про природу праці та відносини між людиною та її роботою. Перший підхід розпочався з промислової революції, тому був зосереджений на урбанізації, інформації та знаннях, які вважались основною рушійною силою економіки. Другий підхід вважає мистецтво та культуру як економічні елементи, здатні принести додаткову вартість у вироблення продукції.

Сьогодні вважається, що креативні індустрії стають все більш важливими для економічного зростання та добробуту населення. Вчені стверджують, що «людська творчість є основним економічним ресурсом» [1] та «індустрії двадцять першого століття все більше залежатимуть від покоління знання через творчість та інновації» [2].

Форум ОЕСР у 2014 році заявив, що «Тепер креативність та інновації рухають економіку, змінюючи цілі галузі та стимулюючи інклюзивне зростання».

З того моменту, коли вчені звернули увагу на креативність, запропоновано нові терміни, серед яких у роботі розглянуто креативні індустрії [3, С. 14] (*Creative industries*) – види економічної діяльності, що мають потенціал до розвитку економіки через культурне та/або креативне

вираження, а їх продукти та послуги здебільшого є наслідком індивідуальної творчої діяльності, навичок і таланту.

Департамент культури, медіа та спорту Великобританії (DCMS) описує креативні індустрії як: «ті галузі, які походять від індивідуальної творчості, навичок і таланту і які мають потенціал для багатства та створення робочих місць через створення та використання інтелектуальної власності» [4].

Існує багато визначень креативних індустрій, які наведено у табл. 1. Спільним у всіх назвах є те, що вони передбачають діяльність, яка заснована на поєднанні і взаємопроникненні творчого і комерційного начал, культури й економіки, підприємництва та мистецтва. Також особливістю кредитних індустрій є використання творчого потенціалу та інтелектуальної власності для виробництва товарів і послуг.

Таблиця 1

Підходи до визначення поняття «креативні індустрії» ([5])

Джерело	Визначення
Міністерство культури, ЗМІ і порту Великобританії	Виробництво, засноване на творчому потенціалі кожної окремої людини, його вміннях і талантах; при цьому існує потенціал розвитку виробництва, збільшення прибутку, створення нових робочих місць на підставі використання даного потенціалу та інтелектуальної власності
Міжнародний центр соціально-економічних досліджень «Леонтіївський центр»	Термін, який використовується для позначення такої підприємницької діяльності, при якій економічна цінність продукції нерозривно пов'язана з її існуванням як елементу культури
Асоціація - «Американці за мистецтво»	Виробництво товарів і послуг, пов'язане зі створенням і поширенням як аматорського, так і професійного мистецтва
Центр ідей (Гонконг)	Галузі виробництва, які створюють товари і послуги, використовуючи творчий потенціал і інтелектуальну власність в якості основних активів
ЮНЕСКО (Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури)	Культурні галузі промисловості, культурні та артистичні послуги як в живому виконанні так і в записі характеризуються використанням творчих або артистичних зусиллі
Закон України «Про культуру»	Види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження.

В Україні на законодавчому рівні в поняття «креативні індустрії» було визначено у 2018 році, що дозволило чітко ідентифікувати види діяльності,

які створюють творчі послуги та продукт, потребують належних форм державної підтримки для забезпечення їх органічного розвитку [6].

Є кілька термінів, які можна використовувати як синоніми або споріднені поняття «креативних індустрій». Ось кілька прикладів:

Культурні індустрії

Креативна економіка

Креативний сектор

Сектор культури

Художні індустрії

Інтелектуальні галузі

Галузі, що базуються на знаннях

Галузі дизайну

Медіа та індустрії розваг

Інноваційні галузі

Індустрії контенту

Досвід галузей

Цифрові індустрії

Галузі зв'язку

Культурні та креативні індустрії (ККІ)

Сектори виробництва культури

Індустрія уяви

Мистецтво та індустрії культури

Креативний і культурний сектори

Креативний і цифровий сектори

Поряд із терміном «креативні індустрії» часто використовують інші варіації [5]:

1. *Індустрія розваг і медіа* – у США визначають аматорський і професійний бізнес, що пов'язаний з продукуванням і розповсюдженням мистецтва;

2. *Креативні індустрії* – у Великобританії, Австралії та Новій Зеландії це бізнес модель, суттю якої є успішна комерціалізація тієї чи іншої ідеї, що містить виразну (*expressive*) цінність, яка визначається як додаток до наявних знань або емоційного досвіду індивіда, незалежно від того, виражена ця цінність в новій комп'ютерній грі, або, наприклад, новій інтерпретації класики в театральній постановці чи дизайні автомобіля. Даний термін також використовується в.

3. *Культурні і креативні індустрії* – в таких країнах, як Китай, Бельгія, Італія, Люксембург, Нідерланди, Франція, ФРН, Греція, Іспанія, Португалія, Австрія, Естонія, Латвія, Литва, Мальта, Польща, Словаччина, Словенія, Чехія, Болгарія, Румунія, Хорватія, Угорщина. Термін «культурні індустрії» підкреслює культурну спадщину Європи та елементи її творчої діяльності, які ґрунтуються на традиціях і мистецтві. Базуючись на кластеризованому трактуванні креативних індустрій (*cultural and creative industries – CCI*s), країни ЄС до культурного сектору включають : індустріальний підсектор (продукція зорієнтована на масове відтворення та споживання, включаючи експорт);

неіндустріальний підсектор (продукція споживається в момент відтворення і не може експортуватися).

4. *Індустрії досвіду, культурні індустрії, креативна культура і креативні індустрії, економіка культури і досвіду* - в Скандинавських країнах (Швеція, Данія, Норвегія, Фінляндія).

Відповідно до класифікації Організації Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО):

- до культурних індустрій відносяться ті галузі, в яких здійснюється виробнича та комерційна діяльність творчого змісту, що має нематеріальний та культурний характер, наприклад, кінематограф;
- креативні індустрії представляють ширший спектр творчої діяльності, в якому культурні індустрії є складовим елементом .

Креативні індустрії найбільш часто ототожнюють з такими поняттями як «творчі індустрії», «креативна економіка» і навіть «помаранчевою економікою» (назва використовується в країнах Латинської Америки) [7]. Але здебільшого в економічній науці набула поширення точка зору, що креативні індустрії є складовою креативної економіки, яка являє собою особливий сектор, що базується на інтелектуальній діяльності. Креативна економіка заснована на використанні людьми своєї творчої уяви для підвищення цінності ідеї та упровадження ідей в якості поштовху для розвитку усєї господарської системи.

Термін «креативна економіка» вперше з'явився 2001 року у книзі Джона Хокінса «Креативна економіка: як люди заробляють гроші на ідеях» [8], для опису економічних систем, де вартість базується на нових уявних якостях, а не на традиційних ресурсах.

Він віддавав пріоритет творчості, а не інформації чи культурі. Автор визначив творчий продукт як економічний товар, послугу або досвід, отримані в результаті творчості та з характеристиками бути особистими, новими та значущими. Джон Хокінс сказав, що визначальні характеристики творчого продукту є подвійними: він є результатом творчості, а його економічна цінність базується на творчості (рис. 1). Друге видання книжки «Креативна економіка» у 2013 році демонструє ще більше усвідомлення важливості творчості в усіх видах економічної діяльності.



Рис. 1. Подвійна природа творчого продукту за Джоном Хокінсом

Порівняно з креативними індустріями, які обмежені окремими секторами, термін «креативна економіка» використовується для опису креативності, інтелектуальної та творчої діяльності в усій економіці.

Креативна економіка відрізняється від традиційної або «звичної» економіки кількома ключовими аспектами. Ось деякі з основних відмінностей:

Зосередження на творчості та інтелектуальній власності: креативна економіка приділяє значну увагу створенню, виробництву та розповсюдженню творчих і культурних товарів і послуг. Він визнає економічну цінність творчості, оригінальності та прав інтелектуальної власності. Навпаки, традиційна економіка більш широко зосереджена на виробництві та обміні товарами та послугами в різних секторах.

Культурна та естетична цінність: креативна економіка визнає та цінує культурні та естетичні аспекти продуктів і послуг. Він визнає, що культурне та творче самовираження має невід'ємну цінність за межами своїх утилітарних функцій. Це відрізняє її від традиційної економіки, яка часто надає перевагу економічній ефективності та корисності без прямого врахування культурних та естетичних аспектів.

Інновації та оригінальність: креативна економіка процвітає завдяки інноваціям та оригінальності. Це заохочує нові ідеї, експерименти та розвиток нових підходів до вирішення проблем. Навпаки, традиційна економіка часто спирається на усталені моделі, процеси та технології.

Міждисциплінарна співпраця: креативна економіка часто передбачає міждисциплінарну співпрацю та інтеграцію різних сфер і секторів. Він об'єднує професіоналів із різних творчих галузей для створення унікальних і багатовимірних продуктів і досвіду. Традиційна економіка, як правило, працює в більш визначених і спеціалізованих секторах, з меншим акцентом на міждисциплінарній співпраці.

Економічний вплив і зайнятість: креативна економіка робить значний внесок в економічне зростання, зайнятість і культурний розвиток. Він визнає

економічний потенціал креативних індустрій та їх здатність стимулювати суміжні сектори. Навпаки, традиційна економіка охоплює ширший спектр секторів, включаючи виробництво, фінанси, сільське господарство тощо, з різними рушійними силами економічного зростання.

Вартість інтелектуальних активів: креативна економіка надає цінності інтелектуальним активам, таким як авторські права, торгові марки, патенти та зразки. Він визнає важливість захисту та монетизації творчої та інтелектуальної власності. У традиційній економіці, хоча інтелектуальна власність все ще може мати цінність, вона не завжди є основним фокусом або рушійною силою економічної діяльності.

Культурне розмаїття та самовираження: креативна економіка відзначає культурне розмаїття, сприяючи вираженню різних культурних ідентичностей, спадщини та перспектив. Він визнає економічний потенціал культурних продуктів і послуг, які відображають місцеву, національну та глобальну культурну ідентичність. Традиційна економіка може надавати перевагу більш стандартизованим або масово виробленим товарам і послугам.

Креативна економіка являє собою особливу частину економічної діяльності, яка зосереджується на творчості, оригінальності, культурній цінності та монетизації інтелектуальних активів. Незважаючи на те, що вона багатьма способами перетинає традиційну економіку та доповнює її, вона має чіткі характеристики та пріоритети, які виділяють її окремо.

У даний час немає єдиної думки щодо того, які саме галузі входять до креативної економіки. Так, Джон Хокінс вважає, що термін «креативна економіка» охоплює наступні області [8, С. 87-117] (рис. 2):

- рекламу;
- архітектуру;
- мистецтво;
- ремесла;
- дизайн;

- моду;
- кіно;
- музику;
- виконавське мистецтво;
- видавництво;
- дослідження та розробки;
- програмне забезпечення;
- іграшки та ігри;
- телебачення;
- радіо;
- відеоігри.

Пізніше до цього списку запропонували додати освіту [9].

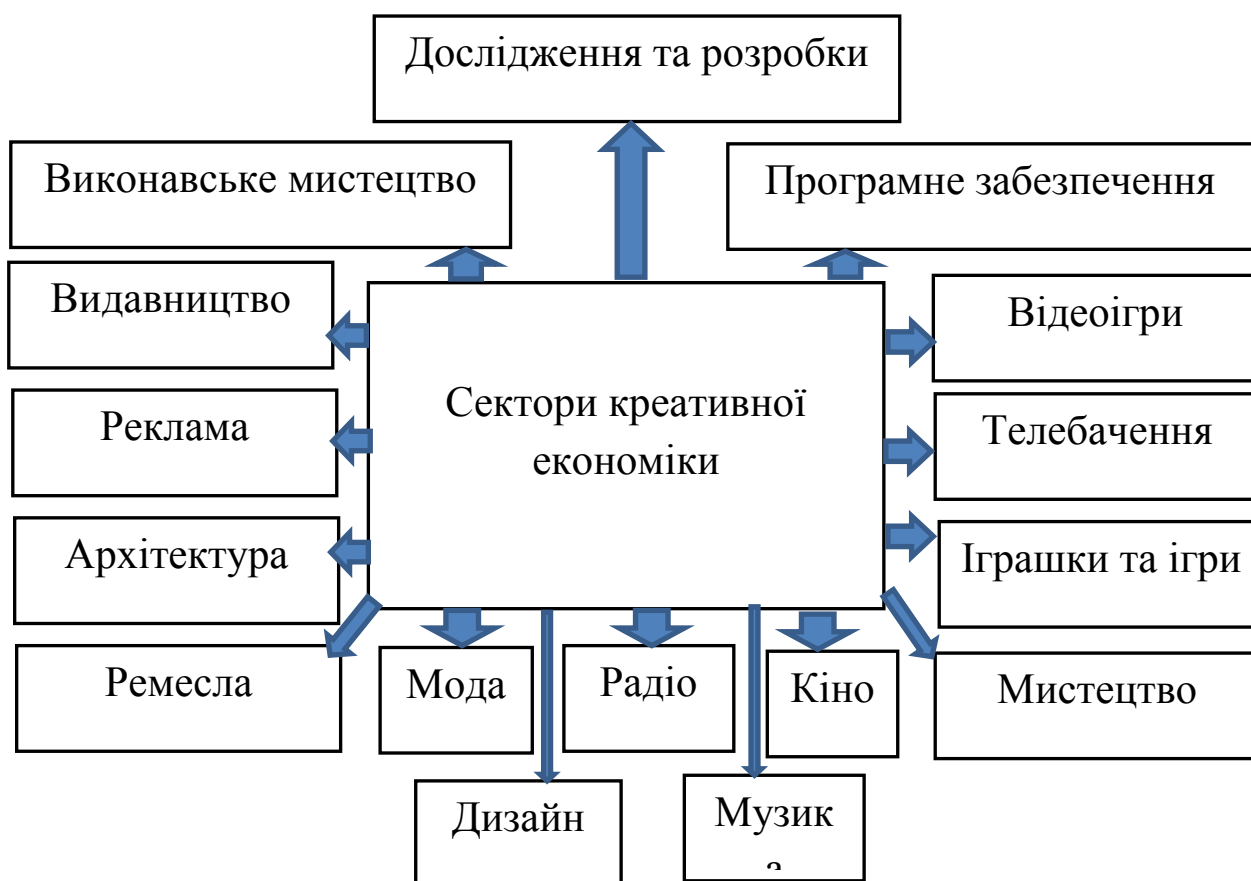


Рис. 2. Креативна економіка та її складові за Хопкінсом

Зараз актуальні проблеми креативної економіки включають естетику, брендинг, бізнес-моделі (ланцюжки створення вартості), мережі (системи, екології), культуру (внутрішні та інструментальні цінності), освіту та навчання, інтелектуальну власність (власницьку та відкриту). Джерело), Менеджмент, Цифровий і Інтернет, Політика, Ціноутворення, Публічна статистика (визначення), Програмне забезпечення, Стартапи, Податки, Міський дизайн.

Станом на 2015 рік визначення DCMS визнає дев'ять творчих секторів , а саме [10]:

- Архітектура
- Реклама та маркетинг
- Ремесла
- Дизайн : продуктовий, графічний та модний дизайн
- Кіно , телепродукція, телебачення, відео, радіо та фотографія
- IT , програмне забезпечення та комп'ютерні послуги
- Видавництво
- Музеї, галереї та бібліотеки
- Музика, виконавське та образотворче мистецтво.

Креативні економіки частіше зустрічаються в ринкових економіках, де вони можуть скористатися інтелектуальною та мистецькою свободою, відсутністю цензури, доступом до знань, доступністю приватного капіталу та свободою встановлювати ринкові ціни, а також де населення має змогу здійснювати свої власний вибір щодо того, що вибрати або взяти в оренду. Командна економіка може дозволити вибраним особам бути креативними, але не може підтримувати креативну економіку в її сталому творчому пошуку та розвитку, хоча зростання економіки Китаю стимулювалося ринковою творчістю та інноваціями. Європа, Америка, Японія, Китай та інші країни бачать творчість як домінуючу економічну силу, що впливає на робочі місця, економічне зростання та соціальний добробут.

Існує велика кількість організацій проводять дослідження щодо розвитку креативних індустрій (табл. 2) , серед них:

1. Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД): ЮНКТАД проводить дослідження та аналіз креативної економіки та креативних індустрій, зосереджуючись на їх економічних, соціальних і культурних аспектах. Вони публікують звіти та надають політичні рекомендації для підтримки розвитку креативних секторів у всьому світі.

2. Мережа креативних міст ЮНЕСКО: ЮНЕСКО активно сприяє розвитку креативних індустрій і креативних міст. Вони проводять дослідження, публікують звіти та сприяють обміну знаннями між містами, які є частиною Мережі креативних міст ЮНЕСКО. Їхні дослідження зосереджені на ролі культури та креативності в сталому розвитку міст.

3. Всесвітня організація інтелектуальної власності (ВОІВ): ВОІВ відповідає за сприяння захисту прав інтелектуальної власності в усьому світі. Вони проводять дослідження креативних індустрій, управління інтелектуальною власністю та економічного внеску креативних секторів. ВОІВ публікує звіти та надає ресурси для політиків, компаній і дослідників.

4. Програма креативної економіки Британської Ради: Програма креативної економіки Британської Ради проводить дослідження та аналіз креативних індустрій у всьому світі. Вони працюють над проектами, спрямованими на покращення розуміння та підтримки творчих секторів, особливо в країнах, що розвиваються. Вони публікують звіти про дослідження, організовують заходи та співпрацюють із різними зацікавленими сторонами креативної економіки.

5. Creative Industries Policy and Evidence Centre (PEC): PEC, що базується у Сполученому Королівстві, проводить дослідження креативних індустрій для прийняття політичних рішень. Вони аналізують економічні та соціальні наслідки креативних секторів, досліджують фактори, що впливають на їх розвиток, і надають політичним діячам і зацікавленим сторонам галузі інформацію на основі фактичних даних.

6. Інститут Брукінгса: Інститут Брукінгса, мозковий центр зі Сполучених Штатів, проводить дослідження різних аспектів креативної економіки. Вони вивчають такі теми, як інновації, технології, підприємництво та культурний розвиток у творчих галузях.

Таблиця 2

Організації, які займаються дослідженням креативних індустрій

№	Назва	Сфери досліджень	Рівень охоплення
1.	Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД)	Дослідження та аналіз креативної економіки та креативних індустрій, зосереджуючись на їх економічних, соціальних і культурних аспектах. Вони публікують звіти та надають політичні рекомендації для підтримки розвитку креативних секторів у всьому світі	Увесь світ
2.	Мережа креативних міст ЮНЕСКО	Дослідження зосереджені на ролі культури та креативності в сталому розвитку міст	Увесь світ
3	Всесвітня організація інтелектуальної власності (ВОІВ)	Дослідження креативних індустрій, управління інтелектуальною власністю та економічного внеску креативних секторів. ВОІВ публікує звіти та надає ресурси для політиків, компаній і дослідників	Увесь світ
4	Програма креативної економіки Британської Ради	Працюють над проектами, спрямованими на покращення розуміння та підтримки творчих секторів, особливо в країнах, що розвиваються, публікують звіти про дослідження, організують заходи.	Увесь світ
5	Creative Industries Policy and Evidence Centre (PEC)	Дослідження креативних індустрій для політичних рішень, аналізують економічні та соціальні наслідки креативних секторів, фактори, що впливають на розвиток, надають зацікавленим сторонам інформацію.	Увесь світ
6	Інститут Брукінгса	Дослідження різних аспектів креативної економіки, інновації, технології, підприємництво та культурний розвиток у творчих галузях.	Увесь світ
7	Українська асоціація креативних індустрій (UCIA)	Займається просуванням та підтримкою розвитку креативних індустрій, проводять дослідження, організують заходи, надають ресурси та підтримку творчим професіоналам і організаціям.	Україна
8.	Інститут сучасного мистецтва (ІСА)	Проводить дослідження, курує виставки та просуває сучасне мистецтво та культуру, досліджують перетин мистецтва, технологій і суспільства, а їхні дослідницькі ініціативи часто охоплюють креативні індустрії та їх роль у культурному розвитку.	Україна
9.	Центр культурного менеджменту (ЦКМ)	Дослідження культурних і креативних індустрій, надають консультаційні послуги та пропонують освітні програми. Дослідницькі проекти ССМ часто стосуються таких тем, як культурне підприємництво, креативні кластери та розвиток культурної політики.	Україна

№	Назва	Сфери досліджень	Рівень охоплення
10.	Київська школа економіки (KSE)	Дослідження в різних сферах, включаючи економіку та державну політику, дослідницькі проекти, зосереджені на креативних галузях, аналізуючи їхній економічний внесок, інноваційний потенціал та наслідки для політики.	Україна

Ці організації, серед іншого, сприяють дослідженню та розумінню креативних індустрій, їхнього економічного впливу, політичних наслідків та передового досвіду. Результати їх досліджень інформують політиків, практиків і зацікавлених сторін у креативній економіці, підтримуючи розвиток і зростання креативних секторів у всьому світі.

Також майже кожна організація розробила власну класифікацію креативних індустрій (табл. 3).

Таблиця 3

Моделі класифікації креативних індустрій міжнародними організаціями

(узагальнено на основі [5])

Модель конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД)	Модель ООН з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО)	Модель концентричних кіл Д. Тросбі	Модель Всесвітньої організації інтелектуальної власності
Культурна спадщина	Індустрії в ключових культурних галузях	Основні креативні індустрії	Копірайтингові індустрії
1. Традиційна культура: творчі ремесла, декоративно-прикладне мистецтво, фестивалі. 2. Культурні пам'ятки: бібліотеки, археологічні пам'ятки, музеї, виставки.	Музеї, галереї, бібліотеки. Виконавче мистецтво. Фестивалі. Образотворче мистецтво. Дизайн. Видавництво. Телерадіомовлення. Відео- і кінематограф. Фотографія. Інтерактивні медіа.	Література. Музика. Виконавче мистецтво. Візуальне мистецтво.	Відео- і кінематограф. Музика. Виконавче мистецтво. Живопис. Видавнича справа. Програмне забезпечення. Телерадіомовлення. Реклама. Візуальне і графічне мистецтво.

Продовження таблиці 3

Модель конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД)	Модель ООН з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО)	Модель концентричних кіл Д. Тросбі	Модель Всесвітньої організації інтелектуальної власності
Мистецтво	Індустрії в розширених культурних галузях	Основні культурні індустрії	Взаємозалежні індустрії
1. Образотворче мистецтво: живопис, скульптура, антикваріат, фотографія. 2. Виконавче мистецтво: музика, драма-тичне мистецтво, танці, опера, цирк.	Виробництво музичних інструментів і звукового обладнання. Архітектура. Реклама. Поліграфічне обладнання. Програмне забезпечення. Аудіо- та відеоапаратне забезпечення.	Кіноіндустрія. Музеї і бібліотека.	Цифрові технології. Побутова електроніка. Музичні інструменти. Публікації. Мистецтво фотографії.
1	2	3	4
Медіа		Інші культурні індустрії	Індустрії, які частково захищаються авторським правом
1. Аудіовізуальні твори: кінематограф, телебачення, радіомовлення. 2. Нові медіа: програмне забезпечення, відеоігри тощо.		Культурна спадщина. Видавчина справа. Звукозапис. Телерадіомовлення.	Архітектура. Легка промисловість. Проектування. Мода. Побутові товари. Іграшки.
Функціональний креатив		Суміжні індустрії	Індустрії загального призначення
1. Дизайн: мода, графіка, дизайн інтер'єру, іграшок і аксесуарів. 2. Креативні послуги: культурні та цифрові послуги, рекламна діяльність, креативні дослідження.		Реклама. Архітектура. Дизайн. Мода.	Оптова і роздрібна торгівля. Internet та інші комунікаційні мережі.

В Україні декілька організацій займаються дослідженням розвитку креативних індустрій. Ось кілька з них:

1. Українська асоціація креативних індустрій (UCIA) є громадською організацією, яка займається просуванням та підтримкою розвитку

креативних індустрій в Україні, проводять дослідження, організовують заходи, надають ресурси та підтримку творчим професіоналам і організаціям.

2. Інститут сучасного мистецтва (ІСА): ІСА у Києві – це організація, яка проводить дослідження, курує виставки та просуває сучасне мистецтво та культуру. Вони досліджують перетин мистецтва, технологій і суспільства, а їхні дослідницькі ініціативи часто охоплюють креативні індустрії та їх роль у культурному розвитку.

3. Центр культурного менеджменту (ЦКМ): ЦКМ – це дослідницька та навчальна організація зі Львова. Вони проводять дослідження культурних і креативних індустрій, надають консультаційні послуги та пропонують освітні програми. Дослідницькі проекти ССМ часто стосуються таких тем, як культурне підприємництво, креативні кластери та розвиток культурної політики.

4. Київська школа економіки (KSE): KSE є провідною академічною установою в Україні, яка проводить дослідження в різних сферах, включаючи економіку та державну політику. Вони взяли за дослідницькі проекти, зосереджені на креативних галузях, аналізуючи їхній економічний внесок, інноваційний потенціал та наслідки для політики.

5. Український Інститут: Український Інститут є державною установою, яка популяризує українську культуру та креативні індустрії на міжнародному рівні. Хоча вони зосереджені на культурній дипломатії та міжнародному представництві, вони також проводять дослідження українських креативних секторів, демонструючи їхній потенціал і вплив у глобальному масштабі.

6. Національний університет «Львівська політехніка»: Львівська політехніка є одним із провідних технічних університетів України, а його дослідницька діяльність охоплює широкий спектр галузей, включаючи архітектуру, дизайн та креативні індустрії. Викладацький склад університету та дослідницькі центри беруть участь у дослідницьких проектах, що вивчають теми, пов'язані з розвитком та інноваціями креативних індустрій.

Ці організації разом з академічними установами, дослідницькими центрами та культурними закладами по всій Україні сприяють дослідженню та розвитку креативних індустрій. Їхні зусилля спрямовані на поглиблення розуміння економічної, соціальної та культурної значущості креативних секторів і надання цінної інформації політикам, практикам і зацікавленим сторонам у креативній економіці.

1.2. Тенденції наукового пошуку щодо розробки теоретичних передумов функціонування креативних індустрій

Поняття «креативна економіка» було введено в науковий обіг і практику у 2000 році публікацією в журналі «Business Week», що стало передумовою розуміння настання нового етапу розвитку економіки – постінформаційного, основою якого є інформація і знання [12]. З тих пір багато українських і зарубіжних вчених займались питаннями креативних індустрій.

Питання формування, класифікації та розвитку креативних індустрій розглядали у своїх наукових працях такі зарубіжні вчені як Річард Флоріда, Джон Хокінс, Девід Хесмондалг, Террі Флю, Енді Пратт, П'єр-Мішель Менгер, Браян Моран, Чарльз Лендрі, Девід Тросбі, Джастин О'Коннор, Рут Тоуз, Джон Хартлі, Річард Кейвс, Пітер Кук, Бруно С. Фрей, Ана Карла Фонсека, Кіт Ачесон і Крістофер Моул, а також вітчизняні вчені: Андрій Соловйов, Владислав Рашкован, Олександр Дорохов, Олександр Пашков, Ігор Губерман та ін., а також експерти та аналітики впливових міжнародних організацій (ЮНКТАД, ЮНЕСКО, ВОІВ та ін.).

Річард Флоріда – впливовий теоретик і економіст, що вивчає місто, відомий своїми дослідженнями креативного класу та його впливу на розвиток міст. Він багато писав про економічне та соціальне значення креативних індустрій та їх роль у стимулюванні інновацій та конкурентоспроможності міст. Його книга «Піднесення креативного класу»

досліджує роль креативності, таланту та інновацій у стимулюванні економічного зростання та формуванні міського середовища.

Джон Хокінс – автор і дослідник, який багато писав про креативну економіку. Його книга «Креативна економіка: як люди заробляють гроші на ідеях» вважається основоположною працею в цій галузі, де досліджується економічна цінність креативних індустрій і трансформаційна сила творчості та інтелектуальної власності, а також економічний потенціал креативних індустрій та проблеми, з якими вони стикаються.

Девід Тросбі – австралійський економіст і професор Університету Маккуорі в Австралії, який спеціалізується на економіці мистецтва та культури. Він проводив дослідження економічних аспектів креативних індустрій, включаючи вимірювання культурної цінності, економічний внесок мистецтва та роль культурної та творчої діяльності в міському та регіональному розвитку. Він активно досліджував економіку мистецтва та культури, в тому числі креативних індустрій. Робота Тросбі досліджує такі теми, як цінність культурних цінностей, економічний внесок мистецтва, а також мотиви та економіка творчих особистостей.

Рут Тоуз – економіст і професор Борнмутського університету у Великій Британії. Вона спеціалізується на економіці культури та проводила дослідження з економіки креативних індустрій, включаючи такі теми, як авторське право, культурна політика та економічний вплив мистецтва.

Енді Пратт – професор економіки культури та співдиректор Центру культури, медіа та креативних індустрій у Королівському коледжі Лондона. Він є провідним науковцем у галузі креативних індустрій та економіки культури. Він проводив дослідження різних аспектів креативної економіки, включаючи культурну політику, креативні міста та зв'язок між креативністю та розвитком міст. Його дослідження зосереджені на культурних та економічних вимірах креативних індустрій, включаючи такі теми, як креативні кластери, культурна політика та зв'язок між культурним виробництвом і відродженням міст.

Браян Моран – антрополог і почесний професор Копенгагенської бізнес-школи, який проводив дослідження креативних індустрій з точки зору культури. Його робота досліджує перетин творчості, майстерності та культурного виробництва в таких галузях, як реклама, дизайн, мода та маркетинг. В його роботах досліджується соціальна та культурна динаміка креативних індустрій та їхній вплив на суспільство.

Ана Карла Фонсека – бразильська дослідниця та консультант, що спеціалізується на креативній економіці. Вона провела численні дослідження креативних міст, культурного підприємництва та ролі креативних індустрій у місцевому та регіональному розвитку. Її робота зосереджена на економічних і соціальних наслідках креативних секторів.

Террі Флю – є професором медіа та комунікації в Квінслендському технологічному університеті в Австралії, який досліджував креативні індустрії з точки зору культури та політики. Його роботи досліджують такі теми, як креативні міста, креативна праця та роль цифрових технологій у трансформації креативних індустрій. Його робота досліджує перетини креативності, медіа та технологій у креативній економіці.

Девід Хесмондалг – професор медіа, музики та культури в Університеті Лідса. Його дослідження зосереджені на культурних і креативних індустріях, включаючи музичну індустрію, телевізійне виробництво та культурну політику. Він багато писав про динаміку та виклики креативних індустрій.

Річард Кейвс, економіст і почесний професор Гарвардського університету, проводив дослідження з економіки креативних індустрій. Його книга «Креативні індустрії: контракти між мистецтвом і комерцією» розглядає економічну організацію та структуру креативних індустрій, зосереджуючись на таких питаннях, як права інтелектуальної власності, динаміка ринку та роль посередників.

Джастін О'Коннор є професором комунікацій та економіки культури в Університеті Монаш в Австралії. Він проводив дослідження культурних і

креативних індустрій, приділяючи особливу увагу культурному виробництву, відродженню міст і глобалізації креативних індустрій.

Бруно С. Фрей – економіст і почесний професор Цюрихського університету. Його дослідження охоплюють різні сфери економіки, включаючи економіку мистецтва та культури. Фрей досліджував економічні аспекти креативних індустрій, культурне споживання та роль культурних товарів у суспільстві.

Кіт Ачесон і Крістофер Моул, економісти, є співавторами книги «Культура та економічне пояснення», в якій досліджується економічний аналіз культурних індустрій, у тому числі творчих індустрій. Їхня робота заглиблюється в такі теми, як економічна організація культурного виробництва, культурні ринки та взаємозв'язок між культурою та економічним розвитком.

П'єр-Мішель Менгер – економіст і професор Колеж де Франс. Він проводив дослідження з економіки творчої роботи, вивчаючи такі теми, як ринки праці в мистецтві, мистецька кар'єра та економічна організація творчих індустрій.

Їхні дослідження допомогли сформувати наше розуміння економічних, соціальних і культурних аспектів креативних секторів, надаючи цінну інформацію для політиків, практиків і науковців у цій галузі. А вчені-економісти, серед інших, зробили значний внесок у розуміння економічних аспектів креативних індустрій. Їхні дослідження та аналіз дозволили зрозуміти ринкову динаміку, економічну організацію, створення вартості та політичні наслідки в творчих секторах, покращуючи наше розуміння перетину між економікою та креативністю.

Декілька українських вчених, які вивчали та проводили дослідження креативних індустрій:

Владислав Рашкован – економіст, професор Київської школи економіки. Написав підручник «Економіка культури: основи та перспективи», який охоплює різні аспекти економіки культури, зокрема

економіку креативних індустрій, інтелектуальну власність і культурну політику, з акцентом на українському контексті. Вчений проводив дослідження креативних індустрій, економіки культури та економічних аспектів інтелектуальної власності. Рашкован розглядає такі теми, як економічний вплив креативних індустрій, захист авторських прав і культурна політика в Україні.

Олександр Дорохов – економіст, професор Київського національного економічного університету. Написав працю «Креативні індустрії в Україні: економічні аспекти». Ця книга досліджує економічні аспекти креативних індустрій в Україні, зокрема економічний вплив, динаміку ринку та наслідки для політики. Вчений досліджував економіку культури та креативних індустрій, зосереджуючись на таких темах, як економічна організація культурного виробництва, культурна політика та економічний вплив мистецтва. Роботи вченого проливають світло на український контекст креативних індустрій.

Андрій Соловійов – економіст, професор Національного університету «Львівська політехніка». У статті «Культурне підприємництво: економічні та управлінські аспекти» досліджує економічні та управлінські аспекти культурного підприємництва, включаючи тематичні дослідження та аналіз креативних індустрій в Україні. Проводив дослідження економіки креативних індустрій, культурного підприємництва та ролі культурних індустрій у регіональному розвитку. Робота Соловійова досліджує економічну динаміку та виклики в креативних секторах України.

Ігор Губерман – економіст, професор Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Стаття «Економічний аналіз культурних індустрій: світові тенденції та український досвід» розглядає економічний аналіз культурних індустрій, у тому числі креативних секторів, як у світовому, так і в українському контексті. Вчений проводив дослідження з економіки культури, включаючи економічні аспекти креативних індустрій

та культурної політики. Робота Губермана сприяє розумінню економічних сил, які діють в українських творчих секторах.

Олександр Пашков – економіст, професор Київського національного торговельно-економічного університету. Здійснив дослідження «Креативні кластери в Україні: можливості та виклики», яке зосереджено на креативних кластерах в Україні, аналізі їх економічного потенціалу, викликів і політичних наслідків для сприяння розвитку креативних індустрій. Вчений досліджував економічні виміри креативних індустрій, зосереджуючись на таких темах, як культурне підприємництво, креативні кластери та економічний вплив культурних заходів. Праці вченого дають зрозуміти економічні можливості та виклики в українській креативній економіці.

Ці українські економісти, серед інших, зробили вагомий внесок у дослідження креативних індустрій в Україні. Їхні дослідження дають змогу зрозуміти економічну структуру, виклики та потенціал креативних секторів у країні, сприяючи розвитку знань та політичних рекомендацій у цій галузі.

Розвиток креативних індустрій протягом багатьох років є предметом інтересу для дослідників і вчених. Загальними тенденціям в дослідженнях креативних індустрій в 2020-2023 стали загальні тенденції, які спостерігалися та обговорювалися у сфері креативних індустрій протягом цього періоду (рис.3). Ці тенденції можуть відрізнятися залежно від конкретного контексту та досліджуваного регіону, наприклад тематикою досліджень в Україні стали вплив війни на креативні індустрії та роль креативних індустрій у відновленні економіки та протистоянні воєнним загрозам.



Рис. 3. Головні тенденції розвитку креативних індустрій у 2020-23 рр.
(узагальнено автором)

Головними темами, які обговорювались в літературних джерелах в контексті креативних індустрій стали:

Цифрова трансформація: швидкий розвиток цифрових технологій значно вплинув на творчі галузі. Вчені досліджували впровадження цифрових інструментів, платформ і каналів онлайн-розповсюдження, а також появу нових бізнес-моделей і можливостей у цифровому просторі.

Співпраця та спільна творчість: Дослідники підкреслили зростаючу важливість співпраці та спільної творчості в творчих галузях. Це включає партнерство між різними творчими секторами, міждисциплінарне співробітництво та залучення аудиторії чи користувачів до творчого процесу.

Культурне розмаїття та глобалізація: вчені підкреслюють важливість культурного розмаїття в творчих галузях. Вони дослідили, як глобалізація вплинула на виробництво, розповсюдження та споживання культурних продуктів, а також проблеми та можливості, які вона створює.

Стойкість і соціальний вплив: концепції сталого розвитку та соціального впливу привернули увагу в творчих галузях. Дослідники

дослідили, як творчі практики можуть сприяти сталому розвитку, охороні навколишнього середовища та позитивним суспільним змінам.

Інтелектуальна власність і авторське право. Проблеми з правами інтелектуальної власності та авторським правом викликають занепокоєння в творчих галузях. Вчені досліджували наслідки законів про інтелектуальну власність, порушення авторських прав і баланс між захистом творчості та сприянням інноваціям.

Підприємництво та бізнес-моделі: Досліджено роль підприємництва та інноваційних бізнес-моделей у творчих галузях. Дослідники вивчали стратегії, які використовують креативні підприємці, розвиток креативних стартапів і стійкість різних бізнес-моделей.

Культурна політика та підтримка: вчені проаналізували роль культурної політики та державної підтримки у сприянні зростанню та розвитку креативних індустрій. Це включає вивчення механізмів фінансування, нормативно-правової бази та ініціатив щодо сприяння культурному та творчому секторам.

Залучення аудиторії та досвід: акцент на залученні аудиторії та покращенні взаємодії з користувачем є тенденцією в творчих галузях. Вчені досліджували вплив імерсійних технологій, інтерактивних інсталяцій і персоналізованого контенту на участь і задоволення аудиторії.

Важливо зазначити, що конкретні тенденції та сфери досліджень у сфері креативних індустрій можуть відрізнятися залежно від географічного положення, навчальної дисципліни та інтересів окремих дослідників.

1.3. Архітектурно-будівельна діяльність як складова креативних видів господарської діяльності українських підприємств

У сучасному світі, що швидко розвивається, креативні індустрії стали жвавим і динамічним сектором, який сприяє економічному зростанню, сприяє культурному самовираженню та розширює межі інновацій. Серед

різних дисциплін креативних індустрій архітектура та будівництво відіграють ключову роль у формуванні культурно-соціального середовища та відображенні суспільних цінностей і прагнень. Це надає унікальну можливість для архітектурних і будівельних підприємств процвітати в сфері креативних індустрій.

Розвиток архітектурно-будівельного підприємства у сфері креативних індустрій передбачає перетин художнього бачення, технічної експертизи та підприємницького хисту. Це передбачає створення просторів, які є не тільки функціональними та стійкими, але й візуально захоплюючими та культурно резонансними. Таке підприємство визнає економічний потенціал поєднання архітектурних інновацій із створенням і розповсюдженням культурних і мистецьких товарів і послуг.

У сфері креативних індустрій архітектурно-будівельне підприємство може продемонструвати свою майстерність в оригінальному дизайні, експериментуванні з матеріалами та інтеграції технологій для створення захоплюючого досвіду для клієнтів і кінцевих користувачів. Прийнявши принципи креативної економіки, таке підприємство може використовувати невід'ємну цінність інтелектуальної власності, сприяти співпраці між різними дисциплінами та сприяти загальному збагаченню суспільства.

Потенціал архітектурно-будівельного підприємства в рамках креативних індустрій багатогранний. Він виходить за рамки звичайних проектів і поширюється на такі сфери, як відродження міст, адаптивне повторне використання просторів, практики сталого дизайну та створення знакових пам'яток, які підвищують культурну ідентичність та економічну життєздатність місця. Залучаючись до креативних індустрій, архітектурно-будівельне підприємство може позиціонувати себе в авангарді інновацій, одночасно використовуючи економічні та культурні можливості, які відкриває цей сектор.

Креативні індустрії стосуються низки видів економічної діяльності, які базуються на творчості, художньому самовираженні та інтелектуальній

власності. Ці галузі охоплюють різні сектори, які включають створення, виробництво та розповсюдження культурних і мистецьких товарів і послуг. Вони часто характеризуються своєю спрямованістю на оригінальність, інновації та створення естетичної чи культурної цінності. Ось кілька прикладів креативних індустрій:

Реклама: Сюди входять рекламні агентства, маркетингові фірми та креативні відділи компаній, які розробляють і створюють рекламні кампанії, стратегії брендингу та рекламні матеріали.

Архітектура: архітектори та архітектурні фірми, які проектують і будують будівлі, споруди та простори, поєднуючи мистецьке бачення з функціональністю та технічним досвідом.

Дизайн: охоплює різні галузі, такі як графічний дизайн, промисловий дизайн, дизайн інтер'єру, дизайн одягу та дизайн продукту. Дизайнери створюють візуальні та функціональні рішення для продуктів, просторів, брендингу та комунікації.

Кіно, телебачення та відео: включає виробництво, розповсюдження та показ фільмів, телевізійних шоу, документальних фільмів та онлайн-відеовмісту. Він залучає кінематографістів, продюсерів, режисерів, монтажерів та інших професіоналів кіно- та телеіндустрії.

Музика: музична індустрія включає художників, музикантів, композиторів, студії звукозапису, музичних продюсерів і дистриб'юторів. Він охоплює діяльність, пов'язану зі створенням, виробництвом, виконанням і розповсюдженням музичних записів і живих виступів.

Видавництво: включає видання книг, видання журналів і цифрове видання. Видавці та автори створюють і розповсюджують письмовий і цифровий вміст, зокрема книги, журнали, електронні книги та онлайн-статті.

Образотворче мистецтво: включає різні форми мистецтва, такі як живопис, скульптура, фотографія, ілюстрація та змішана техніка. Художники створюють і демонструють візуальні твори мистецтва, які можна продавати, ліцензувати або виставляти в галереях і музеях.

Виконавське мистецтво: включає театр, танці, оперу та виступи живої музики. Артисти та виконавці розважають публіку живими постановками та шоу.

Відеоігри: індустрія відеоігор передбачає розробку, публікацію та розповсюдження інтерактивних цифрових ігор для різних платформ, включаючи консолі, комп'ютери та мобільні пристрої.

Ремесла: стосується створення та виробництва виробів ручної роботи та ремісничих виробів, таких як кераміка, текстиль, ювелірні вироби, деревообробка та інші традиційні ремесла.

В креативній економіці існує ще багато інших підгалузей і ніш. Кожна з цих галузей робить внесок у культурне самовираження, економічне зростання та збагачення суспільства, але серед них виділяється архітектурно-будівельна діяльність, яка стосується професійної практики та процесів, пов'язаних із проектуванням, плануванням і будівництвом будівель, споруд і просторів. Він охоплює діяльність, яку здійснюють архітектори, архітектурні фірми та суміжні професіонали в галузі архітектури (табл. 4).

Таблиця 4

Креативні види діяльності архітектурно-будівельних підприємств

№	Вид діяльності	Креативна складова
1	<i>Дизайн</i>	Архітектори використовують свій творчий потенціал і технічні знання для розробки проектів будівель і споруд. Це включає концептуалізацію загальної форми, просторового планування та естетики проекту з урахуванням таких факторів, як функціональність, стійкість і вимоги користувачів.
2	<i>Планування документація</i>	Архітектори готують детальні креслення, плани та специфікації, які описують дизайн і технічні вимоги проекту. Ці документи є керівними для будівництва та використовуються для отримання дозволів та погоджень від відповідних органів.
3	<i>Управління проектом</i>	Архітектори часто контролюють реалізацію проекту від початку до завершення. Це включає координацію з підрядниками, інженерами та іншими фахівцями, залученими до процесу будівництва, управління бюджетами та термінами, а також забезпечення того, щоб проект відповідав задуму проекту та стандартам якості.

Продовження таблиці 4

№	Вид діяльності	Креативна складова
4	<i>Консультація клієнтів</i>	Архітектори тісно співпрацюють із клієнтами, щоб зрозуміти їхні потреби, уподобання та бюджетні обмеження. Вони надають професійні поради, представляють варіанти дизайну та співпрацюють із клієнтами для розробки рішень, які відповідають їхнім вимогам і прагненням.
5	<i>Аналіз місцевості</i>	Архітектори відвідують місцевість і оцінюють його фізичні та контекстуальні умови. Це передбачає оцінку таких факторів, як рельєф, клімат, оточення та інфраструктура, які впливають на дизайн і здійсненність проекту.
6	<i>Будівельні норми</i>	Архітектори несуть відповідальність за те, щоб їхні проекти відповідали місцевим будівельним нормам, кодексам і стандартам безпеки. Вони оновлюють відповідні закони та правила та включають їх у свої проекти, щоб забезпечити безпеку та законність антропогенного середовища.
7	<i>Нагляд за будівництвом</i>	Архітектори можуть бути залучені до нагляду за процесом будівництва, щоб переконатися, що задум проекту виконано належним чином. Це може включати відвідування об'єктів, контроль якості та координацію з підрядниками та субпідрядниками для вирішення будь-яких проблем або змін, пов'язаних із проектуванням.

Архітектурна діяльність передбачає ряд завдань і обов'язків, зокрема:

Дизайн: Архітектори використовують свій творчий потенціал і технічні знання для розробки проектів будівель і споруд. Це включає концептуалізацію загальної форми, просторового планування та естетики проекту з урахуванням таких факторів, як функціональність, стійкість і вимоги користувачів.

Планування та документація: архітектори готують детальні креслення, плани та специфікації, які описують дизайн і технічні вимоги проекту. Ці документи є керівними для будівництва та використовуються для отримання дозволів та погоджень від відповідних органів.

Управління проектом: архітектори часто контролюють реалізацію проекту від початку до завершення. Це включає координацію з підрядниками, інженерами та іншими фахівцями, залученими до процесу будівництва, управління бюджетами та термінами, а також забезпечення того, щоб проект відповідав задуму проекту та стандартам якості.

Консультація клієнтів: архітектори тісно співпрацюють із клієнтами, щоб зрозуміти їхні потреби, уподобання та бюджетні обмеження. Вони надають професійні поради, представляють варіанти дизайну та співпрацюють із клієнтами для розробки рішень, які відповідають їхнім вимогам і прагненням.

Аналіз об'єкту: архітектори відвідують об'єкт і оцінюють його фізичні та контекстуальні умови. Це передбачає оцінку таких факторів, як рельєф, клімат, оточення та інфраструктура, які впливають на дизайн і здійсненність проекту.

Будівельні норми та кодекси: архітектори несуть відповідальність за те, щоб їхні проекти відповідали місцевим будівельним нормам, кодексам і стандартам безпеки. Вони оновлюють відповідні закони та правила та включають їх у свої проекти, щоб забезпечити безпеку та законність антропогенного середовища.

Нагляд за будівництвом: архітектори можуть бути залучені до нагляду за процесом будівництва, щоб переконатися, що задум проекту виконано належним чином. Це може включати відвідування об'єктів, контроль якості та координацію з підрядниками та субпідрядниками для вирішення будь-яких проблем або змін, пов'язаних із проектуванням.

Архітектурна діяльність вимагає поєднання художнього бачення, технічного досвіду, навичок вирішення проблем і знання принципів будівництва. Архітектори відіграють вирішальну роль у формуванні архітектурного середовища, створюючи функціональні та естетично привабливі простори та сприяючи загальній якості життя в громадах.

Архітектурна діяльність має ряд ознак, які дозволяють віднести її до креативних індустрій (рис. 4).

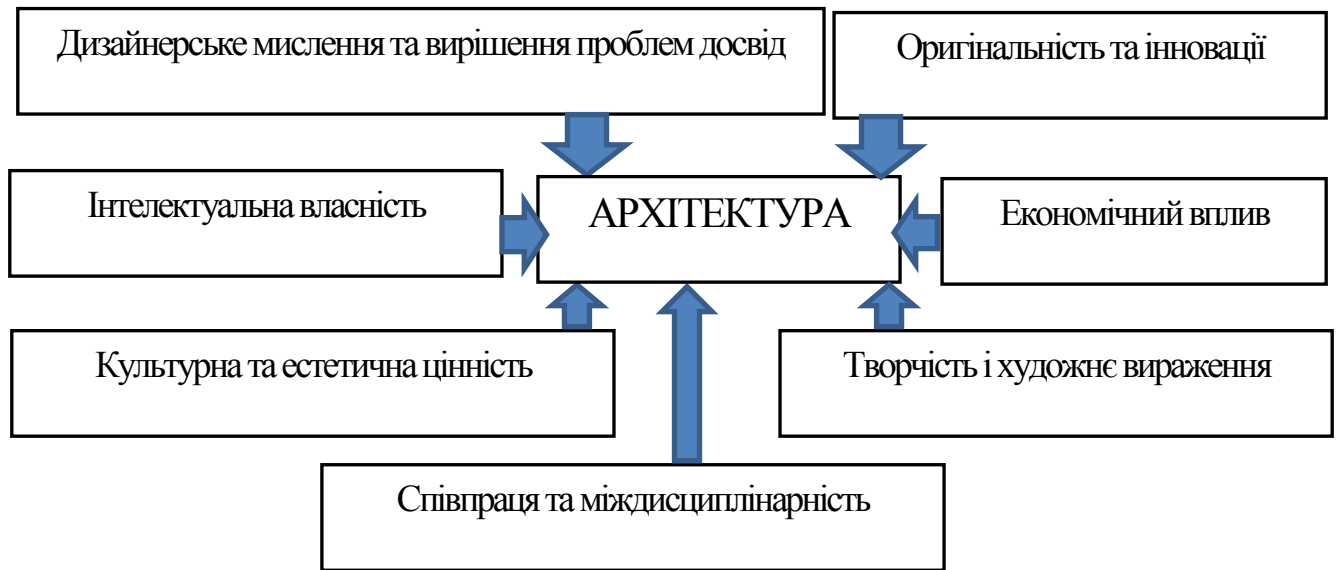


Рис. 4. Ознаки, що дозволяють віднести архітектуру до креативних індустрій

Ці функції включають:

Творчість і художнє вираження: Архітектура за своєю суттю є творчою сферою, яка передбачає використання уяви, художнього бачення та інноваційного мислення. Архітектори привносять свої унікальні творчі перспективи в дизайнерські рішення, створюючи естетично привабливі та візуально привабливі будівлі та простори.

Оригінальність та інновації: архітектори прагнуть створювати оригінальні проекти, які виділяються та розширюють межі традиційного мислення. Вони шукають інноваційні рішення для вирішення функціональних, соціальних та екологічних проблем, які постає перед кожним проектом. Архітектура процвітає завдяки здатності генерувати нові ідеї та підходи, що узгоджується з наголосом креативних індустрій на оригінальності та інноваціях.

Інтелектуальна власність: архітектурні проекти є інтелектуальною власністю, захищеною законами про авторське право та іншими формами прав інтелектуальної власності. Архітектори та архітектурні фірми мають права на свої проекти, дозволяючи їм ліцензувати, продавати або захищати

свою роботу. Цей аспект узгоджується з фокусом творчих індустрій на створенні та комерціалізації інтелектуальних активів.

Економічний вплив: Архітектурна діяльність має значний економічний вплив. Це сприяє створенню робочих місць як безпосередньо в архітектурних фірмах, так і опосередковано через будівельну галузь. Будівництво та розвиток будівель та інфраструктури сприяє економічному зростанню, інвестиціям і розвитку міст, роблячи архітектуру життєво важливим компонентом ширшої креативної економіки.

Культурна та естетична цінність: Архітектура відіграє важливу роль у формуванні культурної ідентичності та естетичного характеру міст і громад. Архітектурні пам'ятки, знакові будівлі та добре спроектовані громадські простори сприяють культурній спадщині та туристичній привабливості місця. Створення культурної та естетичної цінності є характерною рисою багатьох креативних індустрій.

Співпраця та міждисциплінарність: Архітектурні проекти часто передбачають співпрацю з різними професіоналами та зацікавленими сторонами, такими як інженери, дизайнери інтер'єрів, ландшафтні архітектори та клієнти. Цей міждисциплінарний характер архітектури відображає практики співпраці, які зазвичай зустрічаються в творчих індустріях, де різні творчі таланти збираються разом, щоб створити кінцевий продукт або послугу.

Дизайнерське мислення та вирішення проблем: архітектори використовують методології дизайнерського мислення для вирішення складних проблем і створення функціональних, стійких і орієнтованих на користувача проектів. Цей підхід узгоджується з фокусом на вирішенні проблем творчих індустрій, які прагнуть розробити інноваційні рішення для задоволення потреб і бажань користувачів і клієнтів.

Маючи ці риси, архітектурна діяльність демонструє сильний зв'язок із принципами та характеристиками креативних індустрій. Це передбачає застосування творчості, оригінальності та художнього вираження, а також

внесок у культурні, економічні та інтелектуальні аспекти креативної економіки.

Таким чином, архітектуру можна розглядати як креативну індустрію та частину креативної економіки. Це передбачає застосування творчості, художнього вираження та інтелектуальної власності в проектуванні та будівництві будівель, а також створення економічної цінності через зайнятість, інвестиції та створення інтелектуальних активів.

Позиціонуючи архітектурно-будівельне підприємство в цьому секторі, воно може сприяти загальному економічному розвитку регіону чи країни. Такі підприємства створюють можливості працевлаштування для архітекторів, інженерів, дизайнерів, майстрів та інших професіоналів, таким чином сприяючи процвітаючій системі творчих талантів.

Творчі індустрії процвітають завдяки співпраці та міждисциплінарному партнерству. Архітектурні та будівельні підприємства, що працюють у цій галузі, мають можливість співпрацювати з художниками, дизайнерами, режисерами, музикантами та іншими творчими професіоналами. Ця співпраця може призвести до створення ефекту занурення та мультисенсорного досвіду, стираючи межі між різними формами мистецтва та розширюючи можливості для архітектурного вираження.

Творчі індустрії, включаючи архітектуру та будівництво, все більше надають пріоритету стійкості та відповідальному дизайну. Дотримуючись принципів креативної економіки, архітектурні та будівельні підприємства можуть сприяти сталому розвитку, впроваджуючи енергоефективні проекти, використовуючи екологічно чисті матеріали, впроваджуючи стратегії зменшення відходів та інтегруючи системи відновлюваної енергії. Це зобов'язання щодо сталого розвитку не тільки приносить користь навколишньому середовищу, але й узгоджується зі зростаючим попитом на екологічно свідомі проекти.

Архітектурні та будівельні підприємства у сфері творчих індустрій можуть мати значний вплив на культурний туризм і розвиток міст. Знакові

пам'ятки архітектури та добре спроектовані громадські місця приваблюють туристів, сприяють місцевій економіці та підвищують загальну привабливість і зручність життя міста. Створюючи візуально привабливі, культурно значущі та соціально інклюзивні проекти, такі підприємства можуть стати каталізаторами міської регенерації та пожвавлення.

Творчі індустрії приділяють велику увагу правам інтелектуальної власності та комерціалізації творчих робіт. Створюючи оригінальні проекти, архітектурні та будівельні підприємства можуть захистити та монетизувати свої інтелектуальні активи через ліцензування, співпрацю та право власності на проекти. Це дозволяє розширити ринок як усередині країни, так і за кордоном, оскільки унікальні та характерні проекти підприємства стають затребуваними клієнтами та інвесторами.

Креативна економіка стосується економічної діяльності, породженої креативними індустріями. Він включає виробництво, розповсюдження та споживання творчих товарів і послуг, а також економічну цінність, отриману від інтелектуальної власності. Креативна економіка визнає економічний вплив і потенціал креативних індустрій, розглядаючи їх як рушії економічного зростання, інновацій та зайнятості.

Висновки до розділу 1

Кваліфікаційна робота спрямована на дослідження розвитку архітектурно-будівельного підприємства в сфері креативних індустрій, та досліджує виклики та можливості, з якими стикаються такі підприємства, інтеграцію творчості та інновацій у процеси проектування, культивування партнерських відносин, а також дослідження нових ринків і джерел доходу. Досліджуючи тематичні дослідження, галузеві тенденції та найкращі практики, ця робота має на меті надати ідеї та стратегії, які допоможуть архітектурним і будівельним підприємствам процвітати в сфері креативних індустрій.

Терміни «креативні індустрії» та «креативна економіка» часто використовуються як синоніми, але вони мають дещо різні значення. Креативні індустрії зазвичай відносяться до підприємств і організацій, які виробляють і розповсюджують творчі товари та послуги, такі як музика, кіно, мода, дизайн і реклама. Ці галузі часто розглядаються як частина ширшої креативної економіки.

Креативна економіка охоплює ширший спектр економічної діяльності, яка базується на творчості та інтелектуальній власності, включаючи не лише креативні індустрії, але й технології, дослідження та розробки та інші галузі, що базуються на знаннях. Отже, креативні індустрії є підмножиною креативної економіки, але креативна економіка включає ширший спектр галузей і видів діяльності, які базуються на творчості та інтелектуальній власності.

Архітектура є однією із креативних індустрій, яка охоплює сектори, які покладаються на творчість, художнє вираження та інтелектуальну власність. Ці галузі зазвичай включають створення, виробництво та розповсюдження культурних і мистецьких товарів і послуг. Приклади креативних індустрій включають рекламу, дизайн, кіно, музику та видавництво.

Архітектурна діяльність є творчою, оскільки вона передбачає проектування та створення будівель, споруд і просторів. Архітектори використовують свої мистецькі навички, технічні знання та креативність для розробки інноваційних та функціональних проектів, які відповідають потребам клієнтів і користувачів. Архітектура часто передбачає естетичні міркування, просторове планування, вибір матеріалів та інтеграцію різних дисциплін для створення унікальних і візуально привабливих структур.

Архітектура відіграє вирішальну роль у креативній економіці. Будівництво та розвиток будівель значною мірою сприяє економіці в цілому, включаючи зайнятість, інвестиції та розвиток інфраструктури. Архітектори разом з іншими професіоналами будівельної галузі сприяють економічному

зростанню, створюючи робочі місця, залучаючи інвестиції та стимулюючи суміжні галузі, такі як інженерія, виробництво та нерухомість.

Крім того, архітектура також може створювати інтелектуальну власність у формі проектів, планів та інноваційних рішень. Ці інтелектуальні активи можна захищати, ліцензувати та монетизувати, сприяючи подальшому розвитку креативної економіки.

Оскільки креативні індустрії продовжують розвиватися та формувати наш світ, архітектурні та будівельні підприємства мають потенціал відігравати трансформаційну роль, поєднуючи художнє вираження, функціональність та екологічні практики. Прийнявши принципи креативної економіки, ці підприємства можуть розпочати шлях зростання, культурного збагачення та економічного успіху, роблячи свій внесок розвиток креативних індустрій та економіки України.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРИЙ В УКРАЇНІ ТА ФІНАНСОВІ МОЖЛИВОСТІ ЇХ УПРОВАДЖЕННЯ В ДІЯЛЬНІСТЬ АРХІТЕКТУРНО-БУДІВЕЛЬНОЇ ФІРМИ "ЕЛІТ"

2.1. Дослідження фінансово-економічних результатів будівельної галузі України та статистична оцінка розвитку креативних індустрій

Креативна економіка – одна з найбільш швидкозростаючих економічних сфер: світовий ринок креативних товарів збільшився до \$509 млрд, подвоївшись за останні 10 років. Сектор креативної економіки в світі зростає на 30% на рік. Креативна економіка формує понад 6,1% світового ВВП – від 2% до 10% ВВП в окремих країнах світу. За прогнозами експертів, найближчими роками індустрії креативної економіки складатимуть близько 10% світового ВВП. За оцінками ООН, індустрії креативної економіки генерують річний дохід \$2,25 трлн, а глобальний експорт перевищує \$250 млрд. Середній темп зростання світового експорту креативної продукції за останнє десятиліття – 10% на рік [12, С. 27].

При цьому підприємства, які належать до сфери «архітектура і дизайн» складають 51% від загальної кількості підприємств креативної індустрії (рис. 2.1), приносячи доданої вартості близько 21% (рис. 2.2).

Найбільша чисельність підприємств культурної сфери зареєстрована в Італії (176 тис.), Франції (160 тис.), Німеччині (128 тис.) та Великобританії (97 тис.), що складає майже половину загальної кількості арт компаній ЄС.

За критерієм питомої ваги підприємств культурної сфери у загальній кількості компаній нефінансового сектору економіки провідні позиції належать Швеції (7,6 %), Нідерландам (7,3 %), Бельгії та Словенії (по 6,5 % відповідно).

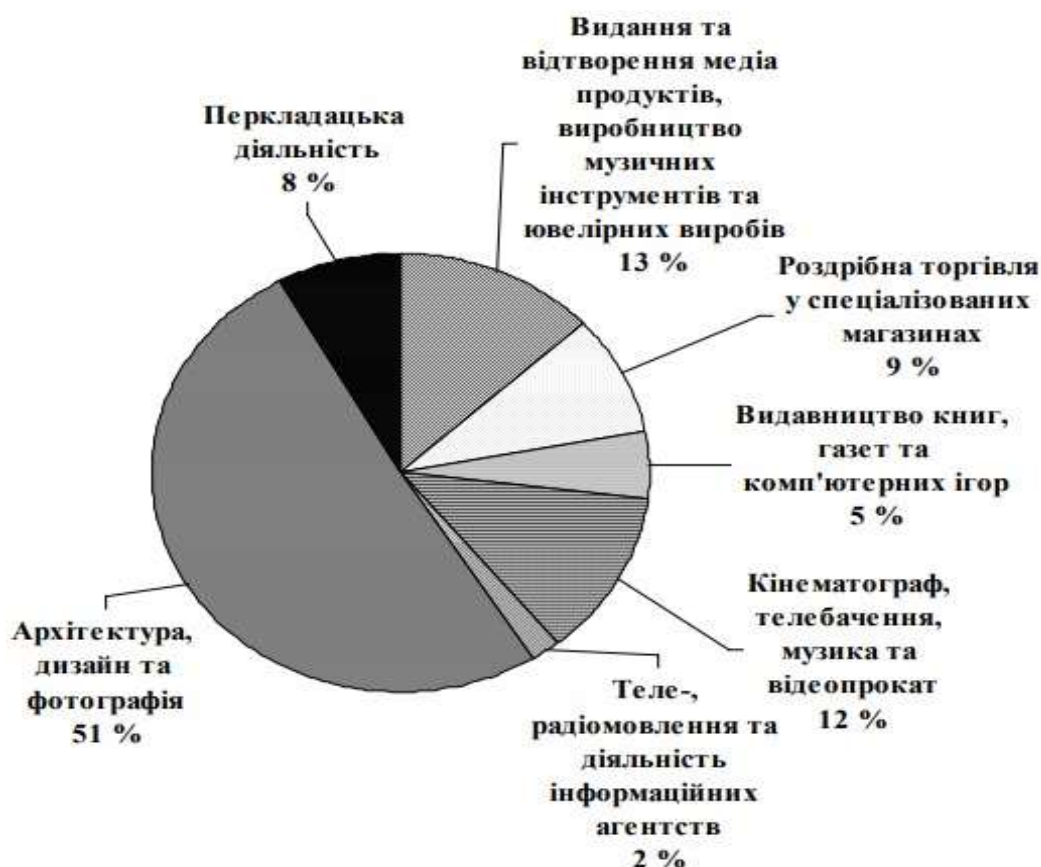


Рис. 2.1. Структура підприємств культурної індустрії ЄС за видами діяльності, % [13, С.55]

Водночас за питомою вагою товарообігу культурної індустрії в обсязі нефінансового сектору економіки, лише Великобританія, Кіпр, Франція, Хорватія та Швеція продемонстрували вищі за середнє по ЄС (1,7 %) значення. Високий відносний показник частки культурного сектору в економіці Кіпру (3,2 %) пояснюється доволі стрімким зростанням товарообороту в підсекторі виробництва комп'ютерних ігор [13, С.55].



Рис. 2.2. Структура доданої вартості підприємств культурного сектору ЄС, % [13, С. 56]

За даними ЮНКТАД, в цілому до креативних індустрій в Європейському Союзі належить майже мільйон компаній і функціонує 1784 креативних кластери. Більше 60% підприємств з продукування кінофільмів, відео і музики, відеоігор, програмного забезпечення і сфери дизайну та архітектури об'єднані у кластери. Менш кластеризованими є фотоіндустрія, R&D, сфера культури. В середньому в кожній галузі функціонує 119 креативних кластерів, причому ця цифра варіюється від 10 (сфера культури) до 358 (проекування) [14].

У 2015 році запропоновано всесвітній індекс креативності, за яким Україна посіла 46 місце у світі.

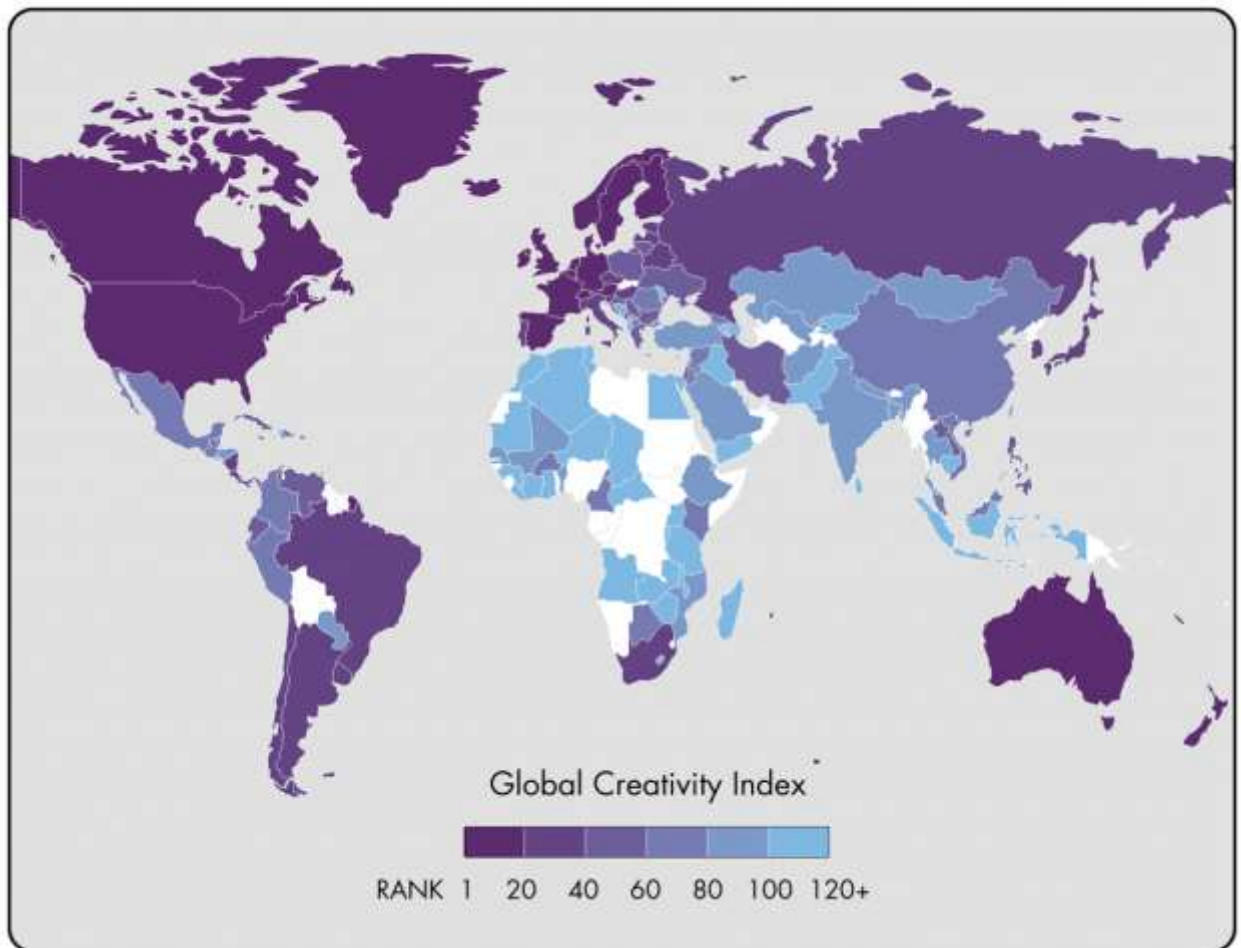


Рис. 2.3. Глобальний індекс креативності [15]

Країни Азіатсько–Тихоокеанського регіону в останні роки досягнули чималого успіху у розвитку креативної економіки. У сукупності вони забезпечують майже три чверті всіх світових інновацій, незважаючи на те, що в них проживає всього лише 9% чисельності населення світу. Так, найвища частка креативного класу сконцентрована в Сінгапурі – 47,3% (це вище, ніж у будь–якій іншій країні світу), на Філіппінах – 20% (для порівняння: в Канаді представників креативного класу – 40,8%, а в США – трохи більше 35%). Вже сьогодні Азіатсько–Тихоокеанський регіон нараховує 743 млрд дол. США доходу від креативних індустрій (33% світового обсягу продажів креативної продукції) і представляє 12,7 млн робочих місць (43% робочих місць в креативних індустріях у світовому вимірі) (рис. 2.4).

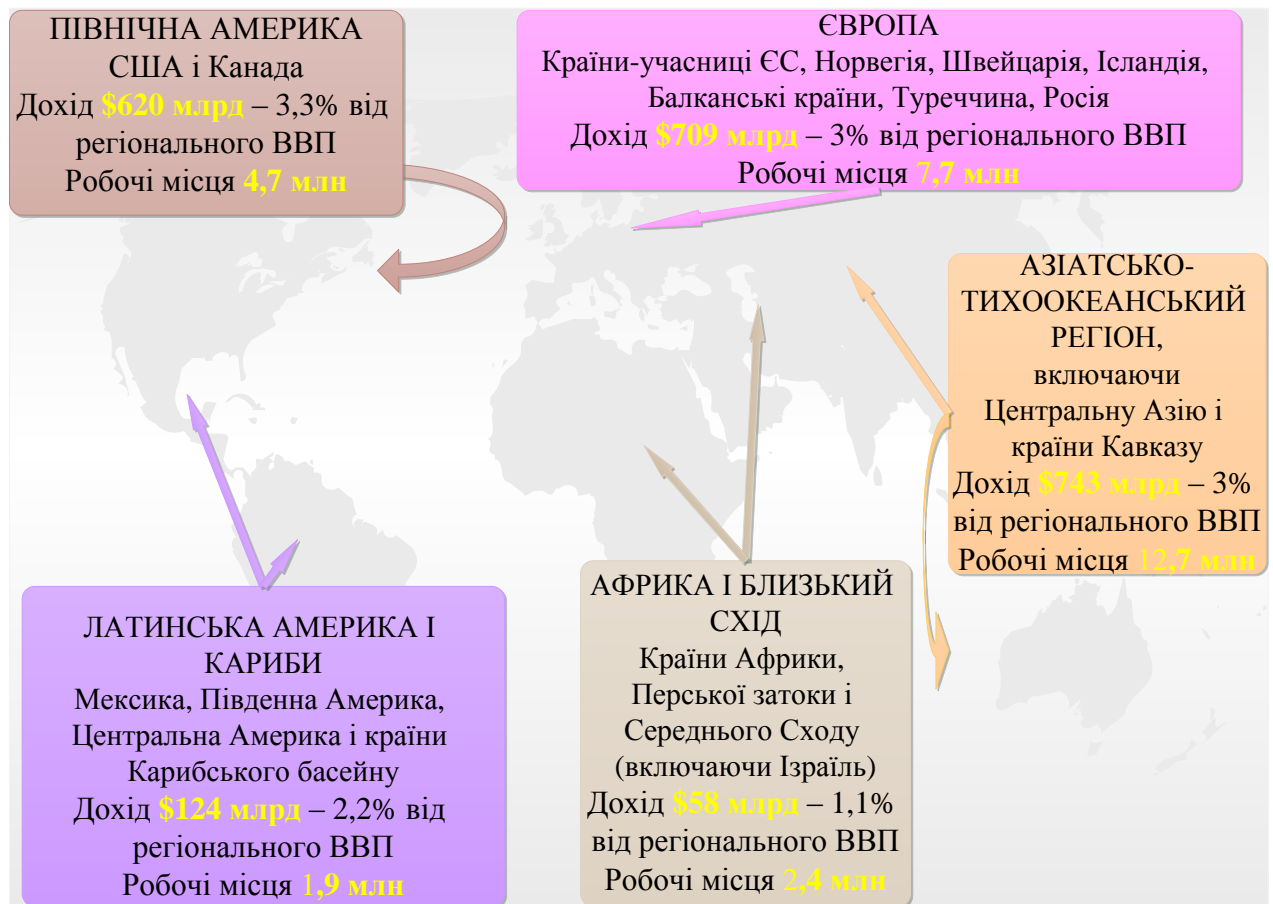


Рис. 2.4. Характеристика основних регіонів світу з найбільш розвиненими ринками креативних індустрій [14]

В багатьох країнах Азіатсько–Тихоокеанського регіону спостерігається швидке економічне зростання, що стимулює розвиток ринку, зокрема поле для діяльності архітекторів, які конкурують за зведення будинків, офісів і розважальних закладів. Цей вид діяльності продовжує інтенсифікуватися і вже на етапі випередження розвинених країн. Наприклад, в Японії 87% житла – нові будівлі порівняно з країнами Заходу, де цей показник становить 11–34%. Попит обумовлений своєрідним культурним явищем: будинки зносять і замінюють в середньому кожні 38 років, оскільки вони швидко знецінюються (кожні 15 років), як споживчі товари тривалого користування (автомобілі, холодильники). Ентузіазм щодо відновлення заохочується і в результаті стихійних лих (землетрусів, цунамі, пожеж). Це означає, що Японія буде

стільки ж будинків щороку, скільки і США, хоча її населення на третину менше [14].

Європа та Північна Америка є другим і третім відповідно за величиною ринками креативної продукції. Креативна економіка Європи сягає своїм корінням в її історію: регіон має унікальну концентрацію мистецьких і культурних об'єктів. Разом з тим, Європа залишається законодавцем на світовій арені, у першу чергу задяки Великобританії, де усе й почалось. Коли уряд М. Тетчер затіяв процес деіндустріалізації, на креативний сектор звернули увагу фактично вимушено. Це перша країна, де була організованість в процесах і політика щодо креативної економіки, яка з'явилась на рівні урядового документу. Вважається, що в недалекому майбутньому Великобританія може стати світовим креативним хабом – зоною культурних обмінів. І це не випадково: саме Великобританія є лідером на арт-ринку, особливо з огляду на її сучасне мистецтво. Французька компанія Publicis, у свою чергу, є центральним гравцем в сфері глобальної реклами. 7 з 10 найбільш відвідуваних музеїв в світі є європейськими (3 з них – в Парижі, два – в Лондоні) і 30 з 69 «Креативних міст» згідно ЮНЕСКО також європейські. Європейська креативна економіка опирається ще й на добре структуровану екосистему, в якій функціонують великі гравці креативних індустрій (WPP Group, Pearson, Axel Springer, Universal, Ubisoft та ін.) [14].

Як результат такої співпраці з міжнародними партнерами у 2017 році експорт інформаційно–комунікаційних послуг становив 1,8 млрд дол. США та збільшився на 116,7 млн дол. порівняно з попереднім роком. Упродовж 2018 року посилилася позитивна тенденція 2017–го, а саме, за підсумками 9 місяців 2018 року обсяг експорту цих послуг дорівнював 1,5 млрд дол. США, що більше на 15,6% порівняно з аналогічним періодом минулого року. Це свідчить про високий потенціал даної галузі у забезпеченні переваг України на світовому ринку. Найбільшими експортними ринками у 2018 році стали ЄС (39,2% загального обсягу експорту послуг сектору), США (30,7%) та

Швейцарія (8,6%). За результатами 2017 року 18 українських компаній потрапили в рейтинг 100 найкращих постачальників послуг аутсорсингу.

Національні статистичні служби багатьох країн, наприклад Бюро економічного аналізу США (BEA), Статистичне управління Канади та Австралійське бюро статистики, збирають і публікують дані, пов'язані з креативними індустріями. Вони надають цінну статистичну інформацію про економічний внесок, зайнятість та інші ключові показники творчих секторів.

Найбільші експортні ринки України представлено на рис. 2.5. [16, С. 26].

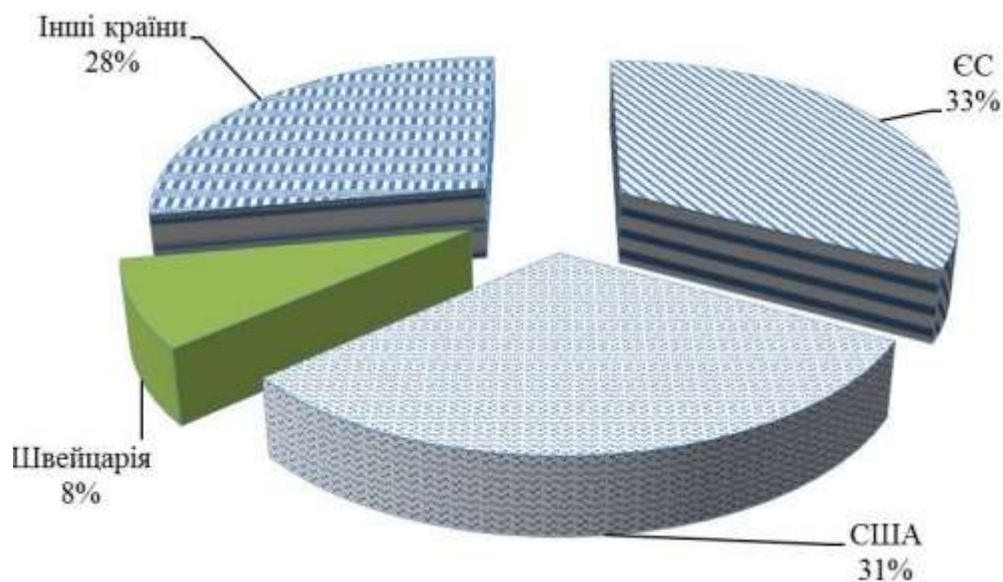


Рис. 2.5. Найбільші експортні ринки України [16, С. 27].

В Україні окремої уваги заслуговує і попит на товари та послуги креативних індустрій, який наразі постійно зростає і в перспективі може стати рушійною силою для зростання українського експорту. Так, у 2017 році експорт креативних послуг дорівнював 1,1 млрд. доларів США та збільшився на 119,2 млн. дол. порівняно з минулим роком. У 2018 році позитивна тенденція 2017–го посилилася. А за підсумками 2018 року експорт цих послуг становив 910,3 млн дол. США, що на 19,3% більше, порівняно з аналогічним періодом минулого року. Найбільші експортери креативних

послуг – ЄС (42,5% загального обсягу експорту послуг сектору), США (31,4%) та Ізраїль (4,7%) (рис. 2.6) [16, С. 27].

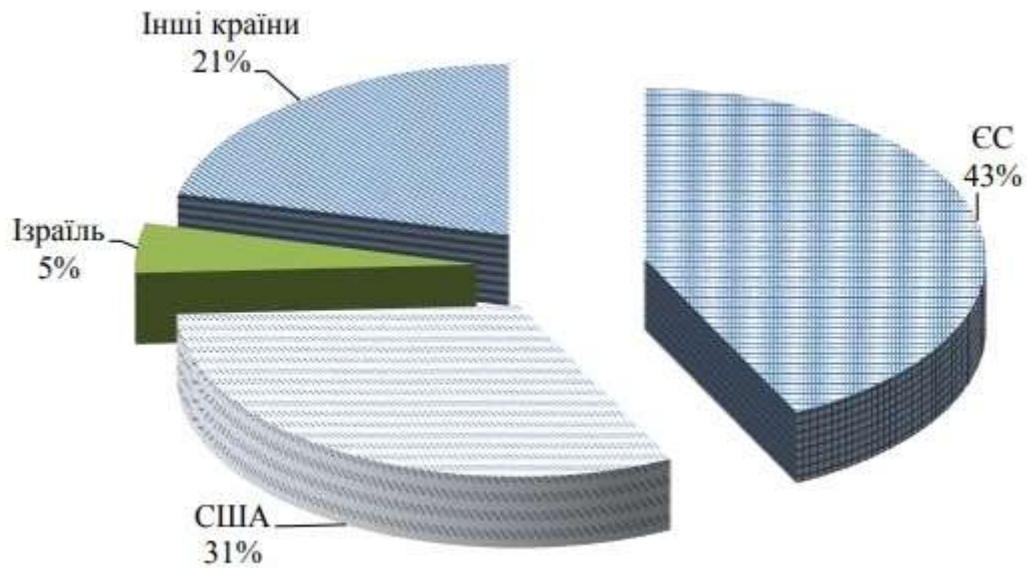


Рис. 2.6. Найбільші експортери креативних послуг України [16, С. 27]

За даними Міністерства культури та інформаційної політики України, у 2020 році креативні індустрії згенерували 4,2% доданої вартості української економіки. Це 132,4 млрд грн. Такий показник перевищує індикатори 2019 року – 3,9%. Все більше людей обирають роботу у креативних індустріях. У 2020 році цей відсоток збільшився до 4, це – 360,3 тис. українців. У 2019 році цей відсоток становив 3,8%. У 2020 році деякі види діяльності значно покращили свої показники порівняно з попереднім роком, особливо ІТ та дизайн, інші постраждали від коронакризи. Обсяг реалізованої продукції бізнесу у сфері креативних індустрій становив 333,9 млрд грн – це 3 % від загального обсягу реалізованої продукції в Україні. Позитивна динаміка українських креативних індустрій спостерігається на тлі падіння ВВП у 2020 році, а також сповільнення зростання сфери у світі через пандемію (за даними ЮНЕСКО). Це свідчить про вагомому частку сектору ІТ у структурі креативних індустрій, що виявився менш вразливими до наслідків пандемії.

Це також може вказувати на значну тіньову частку економіки, яка не відображається в статистиці [17].

Найбільшими секторами креативної економіки в Україні є ІТ, архітектура (рис. 2.7).

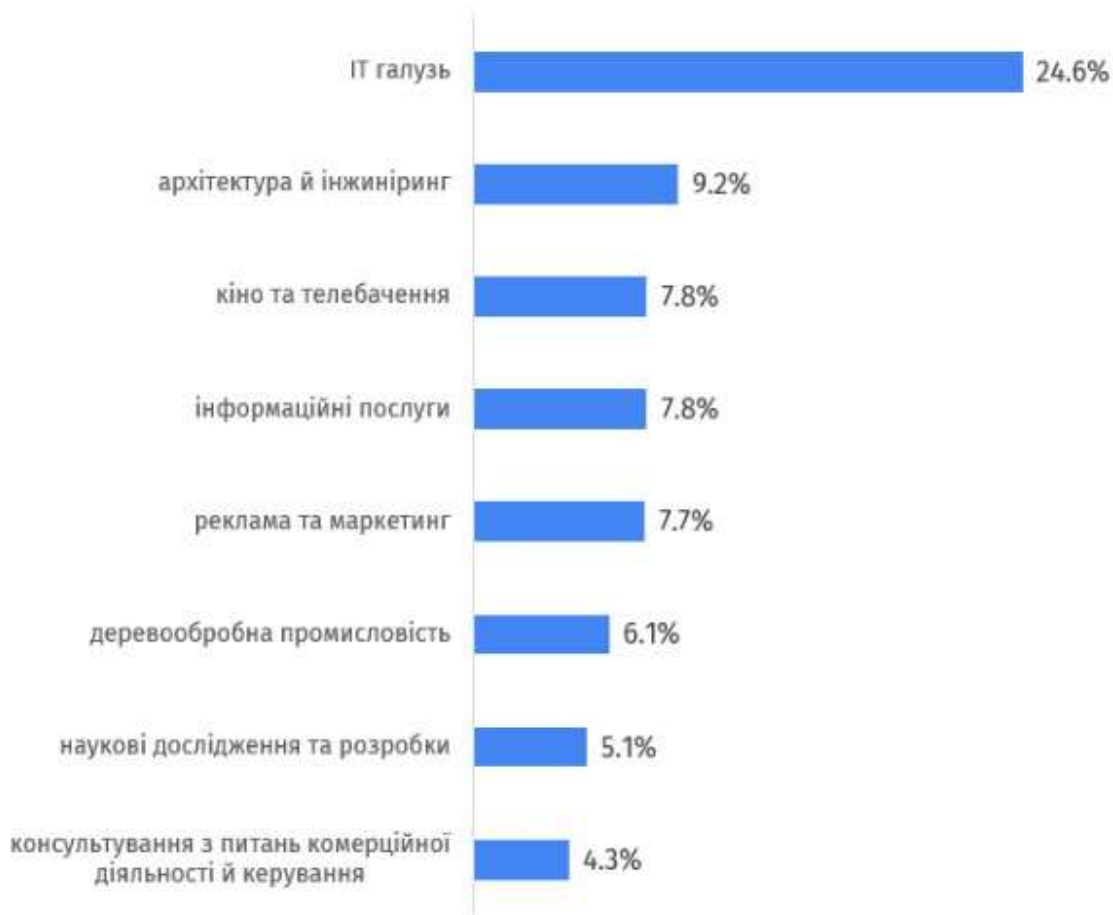


Рис. 2.7. Основні виробники доданої вартості сектору креативної економіки [12]

Північноамериканський ринок підсилений провідними культурними і розважальними учасниками: регіон є найбільшим ринком для телебачення (182 млрд дол. США), фільмів (28 млрд дол. США) і радіо (21 млрд дол. США). Північна Америка також знаходиться в авангарді цифрових трансформацій, представляючи найбільшу кількість споживачів цифрового контенту (47% цифрової дистрибуції і доходів, випереджаючи Азію (25%) і Європу (24%)) [14].

Четверте місце посідає Латинська Америка і Карибський басейн. Цей регіон володіє багатою культурною і природною спадщиною: 131 об'єкт внесено до Списку всесвітньої спадщини, а багато латиноамериканських письменників домоглися глобального визнання [14].

Африка і Близький Схід займають п'яту позицію, причому гравці креативного сектору бачать великі можливості для розвитку саме в цих двох регіонах. Африканська музика займає центральне місце в розвитку популярної музики в Північній і Південній Америці і навіть в Європі. Сьогодні африканські суспільства, володіючи культурними багатствами, намагаються охопити і використати можливості, запропоновані новими технологіями та комерційними ринками [14].

Існує низка причин того, що креативна економіка – це економіка майбутнього. Серед них вчені виокремлюють [18; 19, С. 12]:

1) «еволюція фізичних і соціальних індивідів. З автоматизацією у виробничих галузях промисловості і, в меншій мірі, в сфері послуг – скоротилася потреба в ручній праці, а відтак, молодь шукає іншу роботу і знаходить її в креативних індустріях, які можуть запропонувати більш привабливий стиль життя і економічну винагороду;

2) обсяг продукції, що випускається, продовжує зростати, що призводить до зростання купівельної спроможності та зростання інтересу до видів діяльності, які складають левову частку продукції креативних індустрій;

3) в порівнянні із загальною економічною системою, креативна економіка зростає швидше на 3–4%, і така тенденція збережеться в майбутньому. Зростає розрив між людьми, здатними реалізувати себе в креативній економіці, і тими, хто внаслідок географічного розташування своєї країни, політичної дискримінації, відсутності відповідної освіти чи структури ринку, на це не здатний;

4) нові цифрові технології створили нові можливості для створення контенту. У той же час низькі витрати на цифрові технології дозволяють

багатом людям створювати, поширювати і обмінюватися з іншими власним матеріалом в їх особистих соціальних спільнотах;

5) нові індустрії виникли на основі нових комунікаційних технологій, в кожній з яких існує нагальна потреба у відповідних компетенціях та ідеях. Основними навичками, які лише нещодавно стали важливі, але складають звичний набір креативної людини є: використання уяви, управління інтелектуальним капіталом, кращі методи заохочення і винагороди креативних людей».

Креативна економіка має значний вплив на розвиток національної економіки. Економічний внесок діяльності, здійснюваної креативними і культурними індустріями може бути прямим і непрямим, забезпечуватися інноваціями як усередині креативних індустрій, так і поза їх межами (рис. 2.8).



Рис. 2.8. Економічний внесок, який генерують креативні і культурні індустрії [20, С. 114]

Вважається, що творчі результати тісно пов'язані з інноваційною динамікою суспільства в цілому і часто їх переваги поширюються на інші сектори. Про вагомість впливу креативних індустрій на соціально-економічний розвиток національної економіки, зазначається у працях [20, С. 113; 21], де виділяють чотири різні види ефекту:

- прямий економічний внесок у розвиток національних економік;
- побічний економічний ефект на розвиток інших секторів промисловості;
- ефект «переливу» інновацій з креативного сектору в інші сектори економіки;
- непрямий глобальний ефект.

Прямий економічний внесок у розвиток національних економік можна безпосередньо виміряти за допомогою макроекономічних показників: зайнятості, доданої вартості, інвестицій, продуктивності, експорту, що забезпечують креативні індустрії за рахунок власного розвитку, демонструючи свою частку вкладу у зростання макроекономічних показників (% у ВВП чи РВП, % у доданій вартості, % креативної зайнятості, % експорту–імпорту товарів і послуг креативного і культурного секторів та ін.). Креативні індустрії формують високу додану вартість країн, де спостерігається їх динамічний розвиток. Так, за оцінками компанії Ernst and Young, у 2015 р. креативні індустрії принесли світовій економіці дохід в розмірі 2250 млрд. дол. США, що складає 3 % світового ВВП, забезпечили 29,5 млн. робочих місць, де було зайнято близько 1 % активного населення світу⁴⁰. У Європі ж культурні і креативні індустрії забезпечують роботою більше 12 млн. осіб, що складає 7,5 % усіх зайнятих в економіці та створюють 5,3 % всієї ВДВ і 4 % ВВП ЄС [20, С. 113–114].

Опосередкований вплив креативних індустрій на розвиток інших секторів промисловості, у формі побічного економічного ефекту, знаходить прояв у забезпеченні проміжними товарами і послугами (реклами, маркетингу, дизайну, друкованої продукції, комп'ютерних програм та

додатків і т.і.) їх життєдіяльності і розвитку. Сьогодні важко уявити виробництво продукту без залучення digital-технологій, кіно та телевиробництва, анімації, медіа, дизайну, маркетингу, видавничої діяльності тощо. Крім того, креативні індустрії, за рахунок надання продукції естетичної індивідуалізації, оригінальності та формування ефективного ринкового брендингу, створюють традиційним виробникам економічні можливості для зростання обсягів продаж та їх ринкової ніші. Ефекти «переливу» інновацій (інноваційних процесів, нових ідей, креативного внеску) з креативного сектору в інші сектори економіки також неможливо виміряти кількісно, проте вони можуть мати значний вплив на інноваційний розвиток некреативних підприємств, забезпечуючи зростання обсягів виробництва і продажу їх продукції і послуг. Дуже часто, укладаючи договори на виконання певного завдання з креативним бізнесом, великі традиційні компанії, після отримання послуги згідно договору, можуть ще забезпечити собі додатковий прибуток від поширення знань та інновацій, отриманих під час співпраці з креативними постачальниками. Непрямий ефект, який теж практично не піддається кількісному виміру, може проявлятися у загальному зростанні якості життя населення у певному регіоні чи населеному пункті, внаслідок використання інноваційних підходів до організації і забезпечення їх економічного і соціального розвитку, якості надання культурних послуг та через вплив інновацій на традиційні цінності і суспільні норми (розвиток концепцій ідентичності, мультикультурності, культурної спадщини, способів життя, збереження здоров'я і т.і.) [20, С.114–115]

Стейкхолдерами сектору креативних індустрій виступають міжнародні організації, креативні хаби, освітні і науково-дослідні інститути, громадські організації, місцеве самоврядування, держава, бізнес та усе суспільство в цілому (рис. 2.9).

Творчі галузі роблять значний внесок у світову економіку. Окрім економічного впливу, креативні індустрії також відіграють вирішальну роль

у просуванні культурного розмаїття та сприянні соціальному залученню. Вони створюють платформу для того, щоб почути різноманітні голоси та точки зору на будь-яке питання, а також сприяють збереженню та просуванню культурної спадщини.

Загалом креативні індустрії мають потенціал для стимулювання економічного зростання, створення робочих місць і сприяння культурному різноманіттю та соціальній інтеграції. Таким чином, вони є важливою сферою уваги для політиків і бізнес-лідерів у всьому світі.



Рис. 2.9. Основні стейкхолдери креативної економіки [12, С. 22]

Сектор креативних індустрій стабільно розвивався в Україні протягом останніх кількох років і став важливим внеском в економіку країни. Згідно зі звітом Британської Ради, у 2018 році сектор креативних індустрій в Україні отримав близько 2,3 млрд доларів доходу, що становить 2,3% ВВП країни.

У цьому секторі працює близько 200 000 людей, що робить його одним із найбільших роботодавців у країні. У звіті також підкреслюється, що сектор

має високий потенціал для зростання, особливо в сферах дизайну, моди та реклами.

Український уряд визнав важливість сектору креативних індустрій і вжив заходів для підтримки його розвитку. У 2019 році уряд запустив програму підтримки розвитку сектора креативних індустрій, яка включає фінансування стартапів, підтримку культурних заходів, створення креативних хабів і коворкінгів.

Навіть під час війни, сектор креативних індустрій продовжує платити податки, забезпечуючи економічну стійкість держави. Так, відповідно до даних Міністерства культури та інформаційної політики України, У січні–березні 2022 року на 60% зменшилася загальна кількість платників податків, а на 41% – обсяг задекларованих доходів у сфері креативних індустрій проти аналогічного періоду 2021 року (рис. 2.10). Зменшення кількості платників податків та обсягу доходів притаманне всім секторам у сфері креативних індустрій. Ця ситуація відмінна від пандемії, коли найбільше втрат зазнали «контактні» сектори, натомість інші продовжували зростати.

Найбільше постраждали фізичні особи–підприємці на спрощеній системі оподаткування: обсяг їхніх доходів зменшився на 64%, також 64% ФОПів припинили свою діяльність.

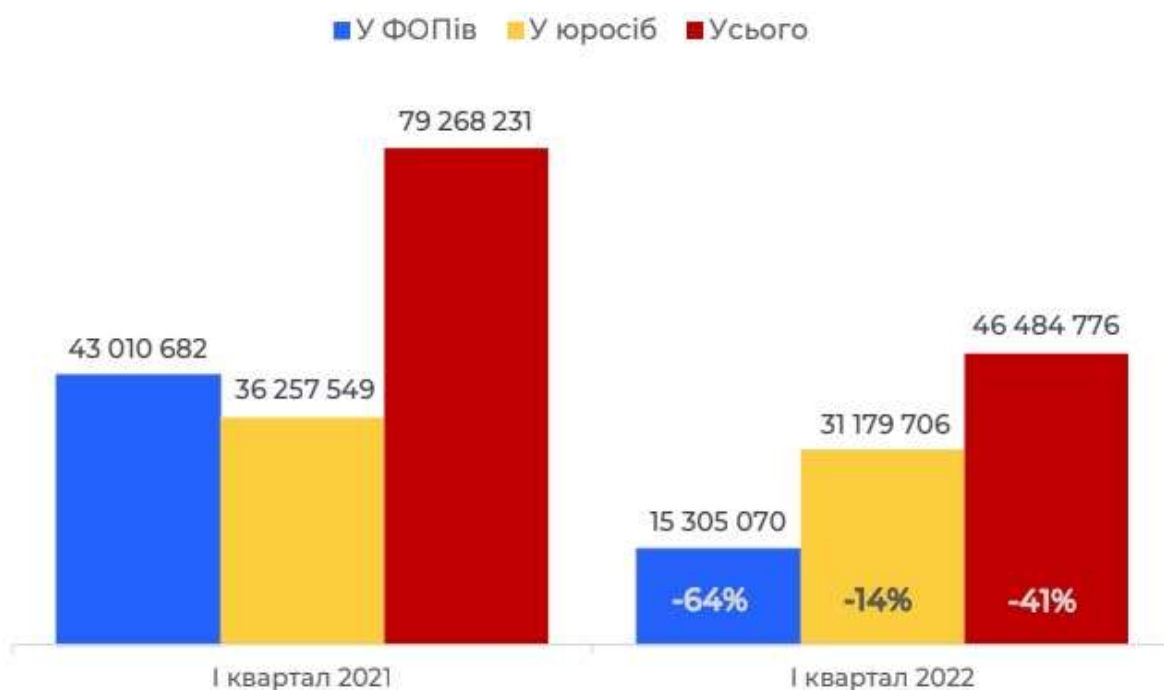


Рис. 2.10. Обсяг задекларованих доходів у сфері креативних індустрій у I кварталі 2022 року проти I кварталу 2021 року, тис. грн [22]

Юридичні особи продемонстрували невелике зростання всіх податків, окрім податку на прибуток (-1,74%) і податку на майно (-34%). Однак секторальний аналіз демонструє: обсяги надходжень податку на прибуток у всіх секторах, крім ІТ, знизилися на 52%, що свідчить про те, що криза торкнулася і юридичних осіб (рис. 2.11–2.12).

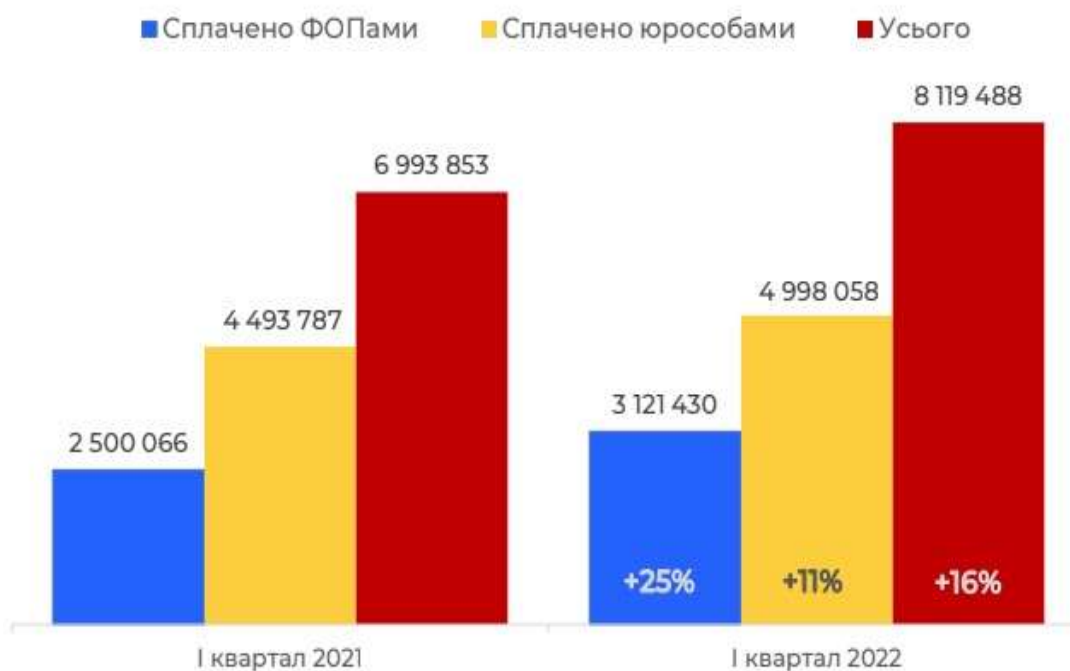


Рис. 2.11. Загальний обсяг податкових надходжень (без ЄСВ) у сфері креативних індустрій у I кварталі 2022 року проти I кварталу 2021 року, тис. грн. [22, С. 11]

На 16% зріс загальний обсяг податкових надходжень до зведеного бюджету у сфері креативних індустрій у I кварталі 2022 року проти I кварталу 2021 року. Понад половина цього приросту утворилася внаслідок збільшення надходжень єдиного податку ймовірно через закриття підприємств і сплату боргів. Найбільші платники податків – ІТ, реклама, кіно, архітектура, які разом сплачують понад 90% податкових надходжень.



Рис. 2.12. Надходження єдиного соціального внеску в І кварталі 2021 та І кварталі 2022 років у розрізі секторів, тис. грн [22, С. 17]

Надходження єдиного податку зросли майже в усіх секторах креативних індустрій від +16% до +27%, окрім видавничої справи, де падіння склало 5%. Перформативний сектор покращив показники в півтора рази. ЄСВ зріс найбільше в ІТ (+39%), приріст у розмірі 10–17% демонструють реклама, кіно, дизайн, натомість падіння спостерігаємо в перформативному секторі (–12%), видавничій справі (–8%), архітектурі (–1,5%) [22, С. 22].



Рис. 2.13. Надходження податку на додану вартість у I кварталі 2021 та I кварталі 2022 років у розрізі секторів, тис. грн [22, С. 18]

Щодо ПДВ, тут секторальна структура трохи змінюється: на перше місце за кількістю сплачених податків виходить реклама, яка в I кварталі 2022 збільшила показники на 10%. Зростання IT (на другому місці за обсягом сплаченого ПДВ) становить 30%, перформативного сектору – 33%, аудіального – 10%, архітектури – 3%. Падіння демонструють видавнича справа (–24%) та кіно (–8%).

Найбільші за розміром сектори перерахували до бюджету більше ПДФО, ніж тогоріч: IT – на 37%, реклама – на 24%, кіно – на 9%. Решта заплатили менше ПДФО: дизайн – на 18%, перформативний сектор – на 8%, видавнича справа – на 3%, архітектура – на 1%.

Надходження податку на прибуток підприємств драматично зросли в IT на 59%, натомість від інших секторів надходження знизилися: від реклами –

на 63%, архітектури – 27%, кіно – 25%, видавничої справи – 20%, аудіального сектору – на 14%. У I кварталі 2022 року перформативний сектор сплатив на 1% більше податків на прибуток підприємств, ніж тогоріч. Тому загальне зростання податку на чверть припадає загалом на IT. Падіння показників податку на прибуток майже в усіх секторах креативних індустрій показує, що юридичні особи теж зазнали значного економічного падіння, хоча не закривалися у I кварталі 2022 року так масово, як ФОПи.

Задекларовані доходи впали в усіх секторах: IT (–32%), рекламі (–66%), кіно (–74%), видавничій справі (–48%), дизайні (–54%), архітектурі (–74%), перформативному секторі (–44%).

Падіння обсягів податкових надходжень спостерігаємо у видавничій справі, перформативному секторі, архітектурі, кіно, інших секторах. Отже, попри загальне збільшення обсягу податкових надходжень у сфері креативних індустрій це збільшення не є рівномірним і зумовлене значною часткою IT у структурі креативних індустрій [22, С. 22].

Втрата платників податків у креативній економіці означає безробіття та відтік талантів за кордон. Пріоритетом державної політики й міжнародної допомоги має бути збереження зайнятості й відновлення економічної діяльності, навіть за умови низької економічної активності підприємств.

Загалом сектор креативних індустрій є важливим фактором зростання для української економіки, надаючи можливості для працевлаштування та генеруючи прибуток, а також сприяючи поширенню культурної спадщини країни та сприяючи її м'якій силі.

Є кілька способів вимірювання креативної економіки. Можна використовувати ті самі показники, що й в інших економіках, наприклад обсяг виробництва, споживчі витрати, зайнятість і торгівля. Компанії також використовують оцінку, ланцюжки створення вартості, дані про ціни та транзакції. Існують додаткові показники інтелектуальної власності. Однак вимірювання нематеріальних цінностей, таких як ідеї, дизайн, бренди та стиль, є проблемою.

Уряди не поспішають коригувати свою національну статистику, щоб охопити нові форми творчих занять, виробництв і операцій. У результаті національні дані про зайнятість, ВВП і торгівлю часто є ненадійними. Проте, очікується, що до 2030 року креативні індустрії будуть зростати. Хоча прогнозувати точні обсяги ринку певних секторів креативних індустрій, з огляду на війну, є складним завданням, але деякі загальні тенденції вже можна прослідкувати, а саме:

Кіно та розваги. Очікується, що глобальна індустрія кіно та розваг продовжуватиме розвиватися завдяки підвищенню попиту на контент на різних платформах і в регіонах. Запровадження потокових послуг і цифрових каналів розподілу може сприяти розширенню цього сектору.

Ігри: за прогнозами, ігрова індустрія спостерігатиме значне зростання завдяки прогресу технологій, підвищенню доступності та зростанню популярності кіберспорту. Очікується, що світовий ігровий ринок продовжить розширюватися, а до 2030 року доходи досягнуть мільярдів доларів.

Цифрові медіа та реклама: з постійним переходом до цифрових платформ та онлайн-реклами обсяг ринку цифрових медіа та реклами в творчих галузях, ймовірно, зростатиме. Бренди та рекламодавці все більше інвестуватимуть у цифрові кампанії та створення цільового контенту.

Дизайн. Очікується, що індустрія дизайну, включаючи графічний дизайн, промисловий дизайн і дизайн взаємодії з користувачем (UX), буде постійно розвиватися. Дизайн відіграватиме вирішальну роль у розробці продукту, ідентифікації бренду та орієнтованих на користувача рішень, що призведе до збільшення обсягів ринку.

Мода та одяг. Очікується, що індустрія моди розвиватиметься разом із зміною споживчих уподобань і проблемами екологічності. Незважаючи на те, що обсяг ринку може змінюватися, ймовірно, буде підвищена увага до стійких і етичних методів моди, що сприятиме зростанню в цих секторах.

Архітектура та міський дизайн. Сектори архітектурного та міського дизайну, швидше за все, будуть відчувати постійний попит на інноваційні та стійкі рішення. Урбанізація та розвиток інфраструктури в країнах з економікою, що розвивається, можуть сприяти зростанню цих секторів.

Музика та виконавське мистецтво. Індустрія музики та виконавського мистецтва може продовжувати розвиватися з новими шляхами розповсюдження та монетизації. Очікується, що потокові платформи, живі події та віртуальний досвід формуватимуть обсяги ринку в цих секторах.

Публікація та створення контенту: видавнича галузь може відчути зсув у бік цифрових платформ і моделей самовидання. Створення контенту, включно з книгами, електронними книгами та цифровим контентом, ймовірно, буде зростати завдяки новим форматам і каналам розповсюдження.

Обсяги ринку можуть суттєво відрізнятись в різних регіонах і секторах, і непередбачені події або збої можуть вплинути на галузеву картину. Крім того, пандемія COVID–19 та війна спричинила невизначеність, яка може вплинути на прогнози ринку.

2.2. Аналіз діяльності та фінансово–економічних результатів архітектурно–будівельного підприємства на прикладі архітектурно–будівельної компанії "Еліт"

Компанія працює на будівельному ринку вже 28 років. За цей час працівники підприємства набули неабиякого досвіду у галузі будівництва приватного житла, а також в області архітектури та дизайну. Основним видом діяльності підприємства є будівництво приватних котеджів та будинків на дві або чотири сім'ї.

АБК «Еліт» була заснована першого жовтня 1994 року в місті Львів, як невеличка приватна компанія, що займалась здебільшого ремонтами та невеличкими об'єктами. Розвиток фірми почався з будівництва індивідуальних житлових будинків. Далі підприємство "Еліт" виконувало

замовлення по будівельних роботах у країнах ЄС, а саме: реконструкція готелю в Празі (Чехія), відпочинковий комплекс (місто Кошиця в Словаччині).

Одночасно компанія продовжувала працювати у Львові, де були проведені роботи з реставрації історичного центру міста, а у 2000 р. підприємство отримало замовлення на ремонти офісів і будівництво рекреаційного комплексу. Наступним кроком була перебудова незаселеного будинку в нові робочі офіси для компанії "Promotex Systems", будівництво котеджного містечка, ремонт складу в Києві та інші об'єкти.

Компанія «Еліт» вперше заявила про себе на ринку проектування в 2002 році. Починаючи з цього часу, компанія надаючи послуги на будівельному ринку, паралельно займається розробкою архітектурно-конструктивних частин проектів, здійснює авторських і технічний нагляд, та набула значного досвіду реалізації проектів різного рівня складності, заслужила гідні поваги з боку партнерів і клієнтів.

Замовниками послуг АБК «Еліт» є українські та міжнародні компанії, державні установи та організації, а також приватні особи. У своїй роботі компанія «Еліт Груп» дотримується принципів взаємовигідного відносини з партнерами, рівноправного і плідного співробітництва, відкритості і прозорості ведення бізнесу. Це робить інвестиційні проекти компанії надійними і гарантовано успішними.

На сьогоднішній день компанія «Еліт» є однією з провідних на ринку проектування, будівництва та інжинірингу (рис. 2.14).



Рис. 2.14. Логотип компанії «Еліт»

«Еліт» набула великого досвіду в сфері проектування, будівництва та реконструкції промислових будівель медичних центрів, офісів, автосалонів і інших, різних за рівнем складності проектів. За участю фахівців компанії «Еліт» побудовано, введено в експлуатації і успішно функціонують близько 60 об'єктів, загальною площею 120 тис. м. кв. на стадії проектування знаходиться 40 тис. м.кв. на стадії будівництва – 20 тис. м. кв. комерційних площ.

Фахівці компанії «Еліт» – це професіонали високого рівня в галузі аналітики, маркетингу, архітектури, проектування, юридичного супроводу, бухгалтерського обліку, технічного нагляду та супроводу будівництва. Зараз підприємство виконує цілий комплекс робіт, які включають будівництво, оздоблювальні роботи, дизайн інтер'єру та екстер'єру, проектування об'єктів тощо.

Також компанія «Еліт» виконує весь комплекс робіт, пов'язаних з будівництвом котеджів, від виготовлення проекту, до здачі об'єкту "під ключ".

Компанія будує всі види котеджів: кам'яні(цегляні), дерев'яні(клеєний брус, щитові, фахверкові). Всі об'єкти будуються із застосуванням

енергозберігаючих технологій, також компанія Еліт має технічну можливість забезпечувати свої об'єкти альтернативними джерелами енергії, що особливо важливо під час війни.

Головною перевагою підприємства над конкурентами працівники фірми називають те, що до кожного замовника знаходиться індивідуальний підхід, через що кожен з них залишається задоволеним.

Постійний пошук нових рішень та використання сучасних технологій дозволяє реалізовувати складні та неординарні проекти найвимогливіших клієнтів.

Будівельна компанія «Еліт» надає якісні послуги в сфері будівництва та реконструкції промислових будівель, офісів, магазинів, автосалонів, салонів краси, будинків і котеджів різного рівня складності за індивідуальним проектом і за доступними цінами. Крім того, компанія займається дизайном інтер'єру, розробкою дизайн – проектів, ремонтно–оздоблювальними роботами, управлінням об'єктами, проектуванням, монтажем алюмінієвих офісних перегородок.

У портфель послуг компанії входить пошук та оформлення ділянок землі, аналіз потенціалу земельних ділянок, проведення досліджень ринків нерухомості, розробка концепцій та інвестиційної стратегії, передпроектні опрацювання і проектування, будівництво, контроль і нагляд за виконанням робіт за договорами підряду і субпідряду, виконання зобов'язань перед замовником щодо забезпечення якості робіт, введення в експлуатацію, оформлення прав власності.

Порівняємо показники компанії «Еліт» з показниками розвитку будівельної галузі та малих будівельних підприємств (табл. 2.1), а саме:

- Аналіз платоспроможності
- Аналіз рентабельності
- Аналіз фінансової незалежності
- Аналіз ділової активності

Як видно з таблиці, показники ділової активності, рентабельності підприємства набагато перевищують середні по будівельній галузі та середні по малим будівельним підприємствам в 2020–22 рр. (у разі відсутності актуальних даних використано середнє значення показників за 2020–21 рр) Показники платоспроможності та фінансової незалежності архітектурно–будівельної компанії "Еліт" також є кращими, тому можна зробити припущення, що АБК «Елет» має стійкий фінансовий стан.

Таблиця 2.1

Основні аналітичні показники фінансового стану архітектурно–будівельної компанії "Еліт" в 2020–22 рр (середнє значення)

№ п/п	Показник	Формула для розрахунку	Джерела інформації (форми фінансової звітності)	Значення показника			Економічний зміст	Напрямок позитивних змін
				малі будівельні підприємства	галузь	АБФ «Еліт»		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Показники ділової активності								
Показники ділової активності дозволяють оцінити ефективність використання власних засобів підприємства і виражаються в оцінці оборотності активів підприємства.								
1.1	Оборотність активів (обороти), ресурсовіддача, коефіцієнт трансформації K_T	$\frac{\text{Чиста виручка від реалізації}}{\text{Активи}}$	$\frac{\text{Ф. №2,}}{\text{Ф. №1}}$	0,12	0,13	1,01	Скільки отримано чистої виручки від реалізації продукції на одиницю коштів, інвестованих в активи	Збільшення
1.2	Фондовіддача $\Phi_{o.f}$	$\frac{\text{Чиста виручка від реалізації}}{\text{Основні виробничі фонди}}$	$\frac{\text{Ф. №2}}{\text{Ф. №1}}$	0,35	1,02	1,23	Скільки виручки припадає на одиницю основних виробничих фондів	Збільшення
Висновок: На одиницю основних виробничих фондів архітектурно–будівельної компанії "Еліт" в 2020-22 рр. припадало 1,01 грн. виручки, що майже в вісім разів більше ніж по галузі та в сім раз більше ніж по малим будівельним підприємствам. Таким чином, загальна віддача від використання кожної гривні витраченої на ОЗ та на активи має більшу ефективність від вкладання коштів.								

Продовження табл. 2.1.

1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.3	Коефіцієнт оборотності обігових коштів (обороті) K_o	Чиста виручка від реалізації Обігові кошти	$\frac{\Phi. \text{№}2}{\Phi. \text{№}1}$	2,03	1,3	3,22	Кількість оборотів обігових коштів за період; скільки виручки припадає на одиницю обігових коштів	Збільшення
1.4	Період одного обороту обігових коштів (днів) T_o	$\frac{360}{K_o}$		177	276	111	Середній період від витрачення коштів для виробництва продукції до отримання коштів за реалізовану продукцію	Зменшення
1.5	Коефіцієнт оборотності запасів (обороті) $K_{o.3}$	Собівартість реалізації Середні запаси	$\frac{\Phi. \text{№}2}{\Phi. \text{№}1}$,	3,61	1,81	5,04	Кількість оборотів коштів, інвестованих у запаси	Збільшення
1.6	Період одного обороту запасів (днів) T_3	$\frac{360}{K_{o.3}}$		100	199	71	Період, протягом якого запаси трансформуються в кошти	Зменшення, якщо це не перешкоджає нормальному процесу виробництва, не загрожує дефіцитом матеріальних ресурсів

Висновок: Оборотність коштів, інвестованих у запаси прискорилась архітектурно-будівельної компанії "Еліт" має значення вище, ніж по малим будівельним підприємствам та будівельній галузі

1.7	Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості (обороті) $K_{д.з}$	Чиста виручка від реалізації Середня дебіторська заборгованість	$\frac{\Phi. \text{№}2}{\Phi. \text{№}1}$,	4.35	1.3	15	У скільки разів виручка перевищує середню дебіторську заборгованість	Збільшення
-----	--	--	---	------	-----	----	--	------------

Висновок: Виручка від реалізації компанії у 15 разів перевищує середню дебіторську заборгованість, що позитивним. Дані по галузі та по малим підприємствам свідчать про низьку ділову активність та зростання дебіторської заборгованості.

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА		Лист
						здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»		
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата			

1.8	Період погашення дебіторської заборгованості (днів) $Ч_{д.з}$	$\frac{360}{K_{д.з}}$		83	277	24	Середній період інкасації дебіторської заборгованості, тобто період її погашення	Зменшення, особливо в умовах інфляції
1.10	Період погашення кредиторської заборгованості (днів) $Ч_{к.з}$	Середня кредиторська заборгованість $\times 360$ Собівартість реалізації	$\frac{\Phi. \text{№1}}{\Phi. \text{№2}}$	115	322	36	Середній період сплати підприємством короткострокової заборгованості	Зменшення

Висновок: Середній період сплати дебіторської заборгованості є меншим за період сплати кредиторської заборгованості як у підприємства так і по галузі. Але показники малих будівельних підприємств та галузі свідчать про дію економічної кризи, тоді як показники АБФ «Еліт» є нормальними.

1.11	Період операційного циклу (днів) $Ч_{о.ц}$	Сума періодів запасу і дебіторської заборгованості $Ч_{о.ц} = Ч_з + Ч_{д.з}$		183	476	95	Тривалість перетворення придбаних матеріальних ресурсів на грошові кошти	Зменшення
1.12	Період фінансового циклу (днів) $Ч_{ф.ц}$	$Ч_{ф.ц} = Ч_{о.ц} + Ч_{к.з}$		298	798	313	Період обороту коштів	Зменшення, але від'ємне значення показника свідчить про нестачу коштів (підприємство живе "в борг")
1.13	Коефіцієнт оборотності власного капіталу (обороту) $K_{в.к}$	$\frac{\text{Чиста виручка від реалізації}}{\text{Власний капітал}}$	$\frac{\Phi. \text{№2, р. 035}}{\Phi. \text{№1, р. 380 + р. 430 + р. 630}}$	0,91	2,48	5,17	Скільки чистої виручки від реалізації продукції припадає на одиницю власного капіталу	Збільшення

Висновок: Чиста виручка від реалізації будівельної продукції у аналізованого підприємства у 5,17 рази перевищує розмір власного капіталу, тоді як серед підприємств будівельної галузі майже в 2,5 рази, а у малих будівельних підприємств цей показник склав 0,91.

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

1	2	3	4	5	6	7	8	9
2. Показники рентабельності								
Сукупність показників рентабельності всебічно відбиває ефективність виробничої (операційної), інвестиційної та фінансової діяльності будівельної організації. Ми використовуємо різні показники рентабельності. Усі вони є відносними й показують, скільки одиниць фінансового результату діяльності будівельної організації (прибутку чи збитку), або чистого, операційного, оподаткованого тощо отримуємо на одиницю реалізованої продукції (активів, власного капіталу, виробничих фондів, тощо). Інакше кажучи, при визначенні показників рентабельності в чисельнику завжди буде прибуток (збиток).								
2.1	Рентабельність активів за прибутком від звичайної діяльності $R_{зв}$	Прибуток від звичайної діяльності Активи	$\frac{\Phi. \text{ №2}}{\Phi. \text{ №1}}$	-0,018	-0,036	0,088	Скільки прибутку від звичайної діяльності припадає на одиницю коштів, інвестованих в активи	Збільшення
2.2	Рентабельність капіталу активів за чистим прибутком R_A	Чистий прибуток Активи	$\frac{\Phi. \text{ №2}}{\Phi. \text{ №1}}$	-0,018	-0,036	0,088	Скільки припадає чистого прибутку на одиницю інвестованих в активи коштів	Збільшення
2.3	Рентабельність власного капіталу $R_{в.к}$	Чистий прибуток Власний капітал	$\frac{\Phi. \text{ №2}}{\Phi. \text{ №1}}$	-0,061	-0,102	0,21	Скільки припадає чистого прибутку на одиницю власного капіталу	Збільшення
2.4	Рентабельність виробничих фондів $R_{в.ф}$	Чистий прибуток Виробничі фонди	$\frac{\Phi. \text{ №2}}{\Phi. \text{ №1}}$	-0,1	-0,14	0,12	Скільки припадає чистого прибутку на одиницю вартості виробничих фондів	Збільшення

1	2	3	4	5	6	7	8	9
2.5	Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від реалізації R_Q	$\frac{\text{Прибуток від реалізації}}{\text{Виручка}}$	$\frac{\text{Ф. №2,}}{\text{Ф. №2,}}$	-0,022	-0,038	0,026	Скільки припадає прибутку від реалізації на одиницю виручки	Збільшення
2.6	Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від операційної діяльності R_Q^{op}	$\frac{\text{Прибуток від операційної діяльності}}{\text{Виручка}}$	$\frac{\text{Ф. №2,}}{\text{Ф. №2,}}$	-0,06	-0,05	0,026	Скільки припадає прибутку від операційної діяльності на одиницю виручки	Збільшення
2.7	Рентабельність реалізованої продукції за чистим прибутком $R_Q^ч$	$\frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Виручка}}$	$\frac{\text{Ф. №2}}{\text{Ф. №2,}}$	-0,073	-0,079	0,026	Скільки припадає чистого прибутку на одиницю виручки	Збільшення

Висновок: Станом за 2020–22 рр. на одну інвестовану в активи гривню АБФ «Еліт» припадає прибутку від звичайної діяльності 8,8 коп. та чистого прибутку 2,6 коп. Одна гривня, що інвестована нами в основні виробничі фонди принесла підприємству 12 коп, у власний капітал –21 коп. В будівельній галузі та серед малих будівельних підприємств в 2020–22 рр. фінансовим результатом від основної діяльності, від операційної діяльності та від всієї діяльності був збиток.

2.8	Коефіцієнт реінвестування K_p	$\frac{\text{Реінвестований прибуток}}{\text{Чистий прибуток}}$	$\frac{\text{Ф. №1,}}{\text{Ф. №2}}$	-1,0	-1,0	1,0	Скільки чистого прибутку капіталізовано; скільки чистого прибутку спрямовано на збільшення власного капіталу	Збільшення в межах, що не суперечить бажанню акціонерів отримувати підвищені дивіденди
2.9.	Коефіцієнт стійкості економічного зростання $K_{с.е.з}$	$\frac{\text{Реінвестований прибуток}}{\text{Власний капітал}}$	$\frac{\text{Ф. №1,}}{\text{Ф. №1,}}$	-0,03	-0,13	0,05	Темп збільшення власного капіталу за рахунок чистого прибутку	Збільшення
2.10	Період окупності капіталу T_k	$\frac{\text{Активи}}{\text{Чистий прибуток}}$	$\frac{\text{Ф. №1,}}{\text{Ф. №2,}}$	-	-	11,4	За який період кошти, що інвестовані в активи, будуть компенсовані чистим прибутком	Зменшення
2.11	Період окупності власного	Власний капітал	Ф. №1, р. 380	-	-	7,47	За який період власний капітал буде	Зменшення

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»

Лист

Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата

	капіталу Т _{в.к}	Чистий прибуток	Ф. №2, р. 220				компенсований чистим прибутком	
--	------------------------------	--------------------	------------------	--	--	--	-----------------------------------	--

Висновок: В 2020–22 ррр. підприємство реінвестувало весь чистий прибуток, який склав 21% від розміру власного капіталу. По будівельній галузі, внаслідок отриманих збитків, відбулося зменшення власного капіталу.

3. Показники фінансової незалежності

Однією з найважливіших характеристик фінансового стану підприємства є фінансова стійкість, що характеризує ступінь фінансової незалежності підприємства щодо володіння своїм майном і його використанням.

3.1	Коефіцієнт покриття запасів К _{п.з.}	"Нормальні" джерела покриття запасів <hr/> Запаси	$\frac{\text{Ф. №1,}}{\text{Ф. №1,}}$	2,17	2,44	2,96	Скільки на одиницю коштів, що вкладені в запаси, припадає у сукупності власних коштів, довго– та короткострокових зобов'язань	Збільшення
-----	--	---	---------------------------------------	------	------	------	---	------------

Висновок: На одиницю коштів, що вкладені у запаси у АБФ «Еліт» припадає власних коштів, довго– та короткострокових зобов'язань 2,96 грн.. що є більшим показником, ніж всередньому по галузі (2,44 грн.) та серед малих будівельних підприємств (2,17 грн.)

3.2	Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії) К _{авт}	$\frac{\text{Власний капітал}}{\text{Пасиви}}$	$\frac{\text{Ф. №1}}{\text{Ф. №1}}$	0,06	0,08	0,32	Характеризує можливість підприємства виконати зовнішні зобов'язання за рахунок власних активів; його незалежність від позикових джерел	Збільшення; має бути К _{авт} ≥ 0,5
3.3	Коефіцієнт фінансової залежності К _{ф.з}	$\frac{\text{Пасиви}}{\text{Власний капітал}}$	$\frac{\text{Ф. №1, р. 640}}{\text{Ф. №1,}}$	16,7	12,5	3,13	Скільки одиниць сукупних джерел припадає на одиницю власного капіталу	Зменшення; показник обернений до К _{авт}

Висновок: Фінансова незалежність АБФ «Еліт» менше 0,5 це означає, що 32% коштів, які підприємство використовує в своїй діяльності є власними. Показники будівельної галузі та малих будівельних підприємств мають значний ступінь ризику.

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

1	2	3	4	5	6	7	8	9
3.4	Коефіцієнт концентрації позикового капіталу $K_{п.к}$	$\frac{\text{Позиковий капітал}}{\text{Пасиви}}$	$\frac{\Phi. \text{ №1,}}{\Phi.}$	0,94	0,92	0,68	Скільки припадає позикового капіталу на одиницю сукупних джерел	Зменшення; згідно з вимогами до показника $K_{авт}$, критичне значення $K_{п.к} \leq 0,5$
3.5	Коефіцієнт фінансової стабільності (коефіцієнт фінансування) $K_{ф.с.}$	$\frac{\text{Власні кошти}}{\text{Позикові кошти}}$	$\frac{\Phi. \text{ №1}}{\Phi. \text{ №1}}$	0,06	0,09	0,47	Забезпеченість заборгованості власними коштами; перевищення власних коштів над позиковими свідчить про фінансову стійкість підприємства	Нормативне значення $K_{ф.с.} > 1$

Висновок: Позиковий капітал складає серед підприємств будівельної галузі та малих будівельних підприємств більше 90%, тоді як аналізоване підприємство має позикових коштів близько 70%.

3.6	Коефіцієнт фінансової стійкості $K_{ф.с.}$	$\frac{\text{Власний капітал} + \text{довгострокові зобов'язання}}{\text{Пасиви}}$	$\frac{\Phi. \text{ №1,}}{\Phi. \text{ №1,}}$	0,06	0,1	0,46	Частка стабільних джерел фінансування у їх загальному обсязі	Має бути $K_{ф.с.} = 0,85...0,90$
-----	---	--	---	------	-----	------	--	-----------------------------------

Висновок: Частка стабільних джерел фінансування у АБФ «Еліт» складає 0,46. Хоча цей показник є меншим за рекомендоване значення, але найбільшим з трьох аналізованих значень. Отже фінансова стійкість підприємства є більшою ніж у малих будівельних підприємств та будівельної галузі.

4. Показники ліквідності (платоспроможності)

Основне завдання аналізу ліквідності балансу – перевірити синхронність надходження і витрачання фінансових ресурсів, тобто здатність будівельної організації розраховуватися за зобов'язаннями власним майном у визначений період часу. Ліквідність балансу визначається ступенем покриття зобов'язань будівельної організації її активами, термін перетворення яких у кошти відповідає терміну погашення зобов'язань. Що швидше той чи інший вид активу може набрати грошової форми, то вища його ліквідність.

4.1	Коефіцієнт ліквідності поточної (покриття) $K_{л.п}$	$\frac{\text{Поточні активи}}{\text{Поточні пасиви}}$	$\frac{\Phi. \text{ №1,}}{\text{р. 260}}$	1,44	1,33	1,62	Характеризує достатність обігових коштів для погашення	Збільшення
-----	---	---	---	------	------	------	--	------------

		Поточні пасиви	Ф. №1, р. 620				боргів протягом року	
4.2	Коефіцієнт ліквідності швидкої $K_{л.ш}$	$\frac{\text{Поточні активи} - \text{Запаси}}{\text{Поточні пасиви}}$	$\frac{\text{Ф. №1}}{\text{Ф. №1}}$	0,62	0,88	0,56	Скільки одиниць найбільш ліквідних активів припадає на одиницю термінових боргів	Збільшення; $K_{л.ш}$ має бути ≥ 1 ; у міжнародній практиці $K_{л.ш} = 0,7...0,8$
4.3	Коефіцієнт ліквідності абсолютної $K_{л.а}$	$\frac{\text{Грошові кошти}}{\text{Поточні пасиви}}$	$\frac{\text{Ф. №1}}{\text{Ф. №1}}$	0,03	0,09	0,12	Скільки одиниць грошових коштів припадає на одиницю термінових боргів	Збільшення; $K_{л.ш}$ має бути $\geq 0,2$;

Висновок: Ліквідність аналізованого підприємства, малих будівельних підприємств та будівельної галузі дещо нижче рекомендованих значень, але знаходиться в прийнятних межах.

Можна зробити висновок, що підприємство характеризується стійким фінансовим станом і може здійснювати розширення напрямків діяльності у найближчій перспективі.

Не дивлячись на труднощі і перешкоди, що викликані війною в Україні, АБК «Еліт» має потенціал для розвитку і творчу складову, яка дозволяє досягнути успіху та внести свій вклад у економічний розвиток країни. Саме креативна складова стала тим чинником, який дозволив протидіяти існуючим загрозам та впливати на фінансово-економічні показники з метою забезпечення стійкості розвитку та стабільності фінансового стану.

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

Висновки до розділу 2

Розвиток креативних індустрій, на відміну від інших секторів економіки, які суттєво постраждали від епідемії коронавірусу і війни, демонструє поступальне зростання. Очікується, що і надалі розвиток креативних індустрій у всьому світі продовжуватиметься постійними темпами завдяки технологічному прогресу, зміні споживчої поведінки та все більшому визнанню економічної та культурної цінності креативних секторів.

Креативні індустрії стають все більш важливими учасниками національної економіки. Вони генерують значний дохід, створюють можливості для працевлаштування та сприяють загальному зростанню ВВП. Творчі індустрії визнано рушійною силою інновацій, конкурентоспроможності та диверсифікації економіки.

Технологія відіграє вирішальну роль у формуванні креативних індустрій. Цифрові інновації змінили моделі виробництва, розподілу та споживання в різних секторах. Застосування нових технологій, таких як віртуальна реальність, штучний інтелект і доповнена реальність, відкриває нові можливості для творчого самовираження та захоплюючого досвіду в області архітектури.

Креативні індустрії стали більш взаємопов'язаними та глобально доступними. Легкість цифрового розповсюдження та розвиток платформ соціальних медіа сприяли міжкультурному обміну та дозволили творцям досягти міжнародної аудиторії. Ця глобалізація призвела до більш багатого та різноманітного творчого ландшафту. Співпраця та конвергенція між різними творчими секторами стали більш поширеними. Кордони між такими галузями, як кіно, ігри, технології та мода, архітектура усе більш розмиті, що призвело до появи інноваційних міждисциплінарних проєктів і гібридних форм творчого вираження.

У творчих галузях все більше уваги приділяється стійкості та соціальному впливу. Художники, дизайнери та організації виступають проти війни, впроваджують екологічні практики, вирішують соціальні проблеми та

Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата

КВАЛІФІКАЦІНА РОБОТА
здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»

сприяють різноманітності та інклюзивності. Творчі індустрії все частіше розглядаються як засоби позитивних змін і культурної трансформації світової економіки та усього суспільства.

Доступність цифрових інструментів розширили можливості незалежних креативних творців і підприємців. Люди роблять творчу кар'єру та відкривають власні підприємства, що призводить до більш децентралізованої та різноманітної творчої робочої сили. Залучення аудиторії стало центральним напрямком творчих індустрій. Споживачі беруть активну участь у творчих процесах, вимагаючи персоналізованого досвіду та шукаючи інтерактивний і захоплюючий вміст. Контент, створений користувачами, і спільне створення стають невід'ємними частинами творчої екосистеми. Уряди та політики визнають економічну та культурну цінність креативних індустрій. Вони впроваджують політику підтримки, надають можливості фінансування та розробляють стратегії для сприяння розвитку творчих секторів.

Виходячи із проведеного фінансово–економічного аналізу будівельної галузі, малих підприємств та АБК «Еліт», можна зробити висновок, що завдяки креативній складовій, фінансова стійкість та ділова активність у 2020–22 рр. підприємства зменшились несуттєво, та усі фінансово–економічні показники є кращими, ніж результати роботи будівельної галузі.

Оскільки АБК «Еліт» має достатні резерви для зростання та стабільний фінансовий стан, рекомендується надалі розвивати креативну складову та упроваджувати нові види діяльності, що пов'язані саме із творчістю. Так, додатково до основної діяльності фірма розробляє дизайн інтер'єрів, за потреби та за узгодженням із замовником. Також пропонується розвивати напрямок ландшафтного дизайну та рекламних послуг.

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

РОЗДІЛ 3
АКТУАЛЬНІ ШЛЯХИ РОЗВИТКУ АРХІТЕКТУРНО–
БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА У СФЕРІ КРЕАТИВНИХ
ІНДУСТРІЙ

**3.1. Результати аналізу АБК «Еліт» та визначення напрямків його
розвитку в сфері креативних індустрій**

За результатами розділу 2.2. визначено, що АБК «Еліт» має достатньо стійкий фінансовий стан у порівнянні із підприємствами будівельної галузі та малими будівельними підприємствами, які працюють у сфері будівництва. Тому можна окреслити декілька напрямків у креативній економіці, які воно може розвивати, а саме:

1. *Дизайн інтер'єру.* Підприємство вже надає послуги із дизайну інтер'єру для покупців котеджів та приватних будинків. При цьому рекомендується розширювати послуги дизайну інтер'єру, щоб пропонувати клієнтам комплексні рішення. Це може передбачати створення естетично привабливих і функціональних приміщень для житлових, комерційних або гостинних проектів у декількох варіантах:

а) дизайн–проект «міні»

Складається з:

- взаємодія з дизайнером;
- розробка стилістики приміщень – один–два варіанти 2d–ілюстрацій на кожне приміщення;
- розробка розстановки меблів (один–два варіанти);

Етапи проекту :

1 етап: клієнт надає обмір і фото приміщення, обговорюємо з вами майбутній інтер'єр до щонайменших деталей, консультація дизайнера.

2 етап: розробляється розстановка меблів, освітлення, готується 2d–ілюстрації приміщень.

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

3 етап: здається проектна документацію в електронному вигляді (формат pdf) або друкованому вигляді. Вартість такого проекту розпочинається від 350 грн. за 1 кв.м.

б). дизайн–проект скорочений.

Пропонується у разі обмеженого бюджету. Складається з:

- взаємодії з дизайнером;
- розробки стилістики приміщень – один–два варіанти 2d–ілюстрацій на кожне приміщення;
- розробка розстановки меблів (до 2–х варіантів);
- розробка схеми електрики (розміщення освітлювальних приладів, розеток, розташування щитів);
- повна специфікація на меблі, декор, освітлювальні прилади, оздоблювальні матеріали;

Етапи проекту:

1 етап: клієнт надає обмір і фото приміщення, обговорюємо з вами майбутній інтер'єр до щонайменших деталей, консультація дизайнера.

2 етап: розробляємо проектну документацію, готуємо 2d–ілюстрації і приміщень, підбираємо конкретні елементи інтер'єру.

3 етап: здається проектна документацію в електронному вигляді (формат pdf) або друкованому вигляді. Вартість такого проекту розпочинається від 450 грн. за 1 кв.м.

в) Дизайн–проект повний.

Включає повний комплект робочих креслень, потрібних для реалізації проекту. Складається з:

- взаємодія з дизайнером;
- розробка стилістики приміщень – один–два варіанти варіантів 2d–ілюстрацій на кожне приміщення;
- розробка розстановки меблів (до 3–х варіантів);
- розробка повного комплекту робочих креслень, достатнього для реалізації проекту;

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

– повна специфікація на меблі, декор, освітлювальні прилади, оздоблювальні матеріали;

Етапи проекту :

1 етап: клієнт надає обмір і фото приміщення, обговорюємо з вами майбутній інтер'єр до щонайменших деталей, консультація дизайнера.

2 етап: розробляється проектна документація, готується ілюстрації приміщень, підбираємо конкретні елементи інтер'єру.

3 етап: здається проектна документацію в електронному вигляді (формат pdf) або друкованому вигляді. Вартість такого проекту розпочинається від 700 грн. за 1 кв.м.

г) Архітектурний проект для будівельного паспорта

Для отримання будівельного паспорта необхідно мати схему забудови ділянки і ескіз намірів забудови. А це, по суті, вже ескізний проект майбутньої будівлі. Пропонується розробити ескіз з урахуванням усіх побажань і діючої нормативної бази, враховуючи усі коментарі від органів містобудування і архітектури опрацьовані, до повного затвердження ескізу намірів забудови. Ескіз намірів – це комплект ескізних креслень, необхідних для отримання будівельного паспорта будівлі. У свою чергу, будівельний паспорт будівлі – це дозвільний документ для будівництва деяких видів будівель в т.ч. Індивідуальних житлових будинків до 2–х поверхів і площею до 500 м².

Складається з:

- взаємодія з архітектором;
- детальне інтерв'ю клієнта, складання технічного завдання;
- створення 3d–моделі спроектованої будівлі;
- розробка комплекту креслень для подання в органи містобудування і архітектури.

Етапи ескіза намірів :

1 етап: клієнт надає геодезичну зйомку ділянки, геологію, фото ділянки, адресу (для перегляду ділянки в онлайн–картах) і містобудівні обмеження.

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

2 етап: розробка технічного завдання на ескіз намірів забудови, створення технічного завдання.

Планувальне рішення (креслення) і пояснювальна записка виконуються в одному варіанті після затвердження технічного завдання.

Доповнення або зміни до креслень, запропоновані органами архітектури, при наданні офіційної відповіді від цих органів.

Здається проектна документацію в електронному вигляді (формат pdf) або друкованому вигляді. Вартість такого проекту розпочинається від 300 грн. за 1 кв.м.

д) Архітектурний проект для будівництва

Після затвердження ескізу намірів забудови і отримання будівельного паспорта, розробка проект для будівельників. Робочий проект (архітектура) виконується після затвердження ескізу намірів і отримання будівельного паспорта. Якщо ескіз намірів – це максимально наближені до майбутньої будівлі креслення, що містять інформацію лише про конфігурацію і габарити будівлі, то робочий проект – це комплект креслень, що дозволяє звести цю будівлю. Наявність робочого проекту знижує загальну вартість будівництва приблизно на 30 %, а швидкість зведення будови в 1.5 – 2 рази.

Етапи проекту :

1 етап: затвердження ескізних креслень з ескізу намірів.

2 етап: внесення змін до існуючого ескізу намірів, якщо це необхідно.

Планувальне рішення (креслення) і пояснювальна записка виконуються в одному варіанті після затвердження креслень з ескізу намірів.

Здається проектна документацію в електронному вигляді (формат pdf) або друкованому вигляді. Вартість такого проекту розпочинається від 350 грн. за 1 кв.м.

Ландшафтна архітектура. Підприємству пропонується розвивати досвід у ландшафтній архітектурі, щоб пропонувати інтегровані дизайнерські рішення, які включають відкриті простори, сади та практики сталого

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

озеленення. Це може бути особливо цінним для таких проектів, як парки, курорти чи міські забудови.

Ландшафтний дизайнер – це спеціаліст, завданням якого є зробити процес благоустрою та озеленення території ділянки оптимальним та ефективним за ціною та часом. У послуги ландшафтного дизайнера входить довгий список завдань, з якими він має впоратися в ході передпроектних робіт, проектування та виконання робіт з ландшафтного проекту. А саме:

- Вироблення ідеї проекту та створення ескізу проекту;
- Ландшафтне проектування;
- Розробка ландшафтного проекту з усією необхідною документацією, включаючи створення 3d візуалізації ландшафтного проекту
- Консультації на виїзді;
- Контроль ходу виконуваних робіт та якості;
- Авторський нагляд за проектом, який включає регулярну оцінку стану рослин, кущів та дерев, та рекомендації щодо боротьби зі шкідниками та хворобами;
- Підбір матеріалів за кошторисом та оцінка їх якості;
- Відбір рослин у садових центрах та розплідниках.

Вартість послуг ландшафтного дизайнера багато в чому визначає його досвід, знання та навички. Для того щоб стати ландшафтним дизайнером фахівець має освоїти багато інформації в частині ландшафтного проектування, біології та дендрології, ґрунтознавства, агротехнологій та інших знань пов'язаних із життєдіяльністю рослин та дерев. Крім технічних знань та вмінь у даного фахівця в обов'язковому порядку має бути розвинене почуття стилю та краси

Послуги ландшафтного дизайнера в Києві та Україні тарифікуються залежно від виконаного обсягу проектних документів, що значною мірою залежить від площі ділянки для проектування. Кожен елемент ландшафтного проекту має свою ціну. Ціна ландшафтного проекту дуже індивідуальна, і залежить від наступних факторів:

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

- Географії та геометрії ділянки;
- Якісного складу ґрунту;
- Перепадів висот на ділянці;
- Ваше бажання змінити рельєф;
- Вік та якість висаджуваних рослин;
- Якість використовуваних матеріалів.

Наприклад, ціна ескізного креслення для ділянки 6 соток, без деталізації та розбивних креслень буде від 5000 гривень. Додатково оплачується топозйомка, 3D візуалізація та розбивочні креслення.

Точну ціну за ландшафтний дизайн на ділянці у форматі кошторису на реалізацію та терміни реалізації всіх робіт з ландшафту можна отримати після виконання проектно–кошторисних робіт. Ландшафтний дизайн – цей захід дорогий, але найчастіше, економія на залученні фахівців може призвести до додаткових витрат у частині рослин і дерев, що гинуть, переробок і так далі.

Міське планування. Компанії пропонується освоїти сегмент міського планування, щоб надавати послуги, пов’язані з проектуванням і розвитком міст, містечок або районів. Це може включати створення генеральних планів, проведення техніко–економічних обґрунтувань та реалізацію стратегій сталого розвитку міст.

До послуг із містобудування належать [23]:

- планування, забудова та інше використання територій;
- розробка і реалізація містобудівної документації та інвестиційних програм розвитку населених пунктів і територій;
- визначення територій, вибір, вилучення (викуп) і надання земель для містобудівних потреб;
- здійснення архітектурної діяльності;
- розміщення будівництва житлово–цивільних, виробничих та інших об’єктів, формування містобудівних ансамблів і ландшафтних комплексів, зон відпочинку та оздоровлення населення;

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

- створення соціальної, інженерної і транспортної інфраструктур територій та населених пунктів;
- створення та ведення містобудівних кадастрів населених пунктів;
- захист життєвого та природного середовища від шкідливого впливу техногенних і соціально–побутових факторів, небезпечних природних явищ;
- збереження пам’яток культурної спадщини;
- розвиток національних і культурних традицій в архітектурі і містобудуванні;
- забезпечення високих архітектурно–планувальних, функціональних і конструктивних якостей об’єктів містобудування, формування і реконструкція містобудівних ансамблів, кварталів, районів і ландшафтних комплексів, зон відпочинку та природних лікувальних ресурсів;
- розробка правових актів, національних стандартів, норм і правил, пов’язаних з містобудуванням;
- контроль за дотриманням містобудівного законодавства;
- підготовка кадрів для містобудування, підвищення їх кваліфікації;
- ліцензування видів господарської діяльності з будівництва об’єктів, що за класом наслідків (відповідальності) належать до об’єктів з середніми та значними наслідками, за переліком видів робіт та в порядку, що визначаються Кабінетом Міністрів України.

Екологічне проектування та енергозберігаюче будівництво є однією із провідних тенденцій розвитку будівельної сфери [24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33].

Збільшення зелених зон у комплексах та окремих будинках, використання вторинно перероблених та екологічно чистих матеріалів, проектування зелених покрівель та фасадів, використання технологій з альтернативними джерелами енергії та заощадження ресурсів стають трендом для проектувальників.

На українському ринку нерухомості проектів екологічного і енергоефективного будівництва стає дедалі більше. В основному це відображається в енергоефективності будівель. Енергоефективні технології

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата	здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	

дозволяють знизити енергоспоживання, зменшити викид CO₂ в атмосферу і, відповідно, негативний вплив на природу.

Встановлюючи перемикачі регулювання тепла в будинках та енергозберігаючі світильники з датчиками руху в місцях загального користування, девелопери поступово виробляють внутрішній стандарт будівництва.

Часто впровадження енергозберігаючих технологій не закінчується на стадії проектування, а підтримується після введення об'єкта в експлуатацію.

Оскільки зниження енергоспоживання позитивно позначається не тільки на збереженні навколишнього середовища, а й на комунальних витратах, то тренд на енергозбереження й екологічність в Україні буде тільки посилюватися.

Висока конкуренція на ринку змушує девелоперів якомога швидше впроваджувати нові формати нерухомості. Хоча ціна за квадратний метр такого будинку дещо вища від звичайного, запит від інвесторів стає дедалі більшим.

Наразі в Україні отримують сертифікацію за стандартами LEED і BREEAM цілі комплекси. Також стрімко розвивається сертифікація ActiveHouse. Ці стандарти направлені на створення будинків сталого розвитку – sustainable house.

Сертифікація підтверджує високий рівень енергозбереження та екологічність, а це не тільки економія на комунальних послугах, а й більш якісний рівень життя.

Тому АКБ «Еліт» рекомендується використовувати практики сталого розвитку та екологічного будівництва, зосереджуючись на екологічно чистих дизайнерських рішеннях. Це може включати включення систем відновлюваної енергії, оптимізацію енергоефективності та використання екологічно чистих матеріалів у будівельних проектах.

Ремонт і реставрація. Підприємство вже спеціалізується на проектах реконструкції та реставрації, зокрема для історичних або історичних будівель. Це може включати збереження та відродження архітектурних скарбів, зберігаючи їх первісний шарм і характер.

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

Послуги з реставрації сьогодні стають усе більше затребувані в сучасному суспільстві, так як все частіше ми стали замислюватися про цінності національного надбання і культурної спадщини, яке дуже хочеться зберегти для нащадків.

Пам'ятки архітектури, церкви, історичні та культурні цінності сьогодні є пріоритетним напрямком, а тому – вимагають дбайливого ставлення, ремонту та реставрації. Якщо раніше типове будівництво радянських часів не було схильне до збереження архітектурних цінностей, які безжально зносилися заради нових типових будівель, то сьогодні ремонт і реконструкція будівель – досить актуальна проблема. Сьогодні більше не в моді безликі однотипні будови в стилі хай-тек і кожен, хто є власником або розпорядником пам'ятників архітектури і історично значущих об'єктів, вважає своїм обов'язком зберегти первозданний вигляд цих будівель.

Послуги з реставрації включають

- ремонт і реконструкція будівель фасад, який в аварійному стані;
- ремонт і реконструкція будівель;
- роботи по реконструкції скульптурних композицій і інших малих архітектурних форм;
- реставрація старовинних особняків, які перебувають у приватній власності;
- реставрація та ремонт музеїв, театрів та інших подібних установ і т.д.

Технік реставрації існує безліч. В ході реставраційних робіт досить часто використовується досвід і знання майстрів, і художня реставрація ведеться, як правило, із застосуванням таких технік і прийомів:

- штучне зістарювання або патинування;
- реконструкція або створення ліпного декору різної складності;
- штучне або декоративне золочення і т.д.

Всі техніки і методи спрямовані на те, щоб відтворити в сучасних умовах максимально точний історичний вигляд тих чи інших елементів або будівель і споруд в цілому.

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

Після підготовки і узгодження проекту потрібно переходити до відновних робіт. До їх списку входить:

- зміцнення ґрунту – якщо реставрація старого будинку передбачає збільшення навантаження на ґрунт, виконавчі служби повинні його зміцнити;

- зміцнення фундаменту – виконується у випадках, якщо при дослідженні підтвердили знос старої основи. Реставрація старих будинків вимагає індивідуального підбору технології зміцнення для кожного окремого об'єкта;

- оновлення інженерних комунікацій – нерідко реставрація старих будинків вимагає прокладки нової каналізації і водопроводу, установки систем безпеки;

- оновлення і ремонт фасаду старого будинку – один з найбільш відповідальних етапів. В процесі експлуатації на протязі певного відрізка часу саме фасад старого будинку піддається найбільшому зносу. Залежно від ступеня руйнувань відповідними службами виконується обробка старого будинку зовні. Для цього можуть використовуватися вихідні матеріали або їх нові аналоги. Наприклад, фарбування старого будинку зовні із застосуванням більш якісних сучасних матеріалів дозволяє не просто зберегти початковий вигляд будівлі, але і зробити фасад старого будинку більш стійким до погодних явищ. У деяких випадках реставрація старих будівель спрямована на ліквідацію оздоблення, яке було виконано вже після зведення об'єкта. Так, відновлення старого будинку дозволяє позбутися від атрибутики, внесеної в радянський або пострадянський період.

При грамотному підході і дотриманні технології ремонт фасаду старого будинку дозволяє зберегти початковий вигляд об'єкта, при цьому підвищивши його функціональність і безпеку.

Цифровий дизайн і візуалізація. Інвестування в інструменти цифрового дизайну та технології візуалізації також рекомендується для розширення діяльності, щоб пропонувати розширені послуги, такі як 3D–модельювання, віртуальна реальність (VR) або доповнена реальність (AR). Ці технології

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

можуть допомогти клієнтам краще візуалізувати та зрозуміти концепції дизайну.

Архітектура у своїй основі спрямована на задоволення потреб через дизайн і оформлення побудованого середовища. Але на повсякденному рівні архітектори мають виконувати це завдання, балансуючи між різними, а часто й суперечливими практичними вимогами – побажаннями клієнтів, що змінюють початкові концепції, факторами екологічної сталості або ж навіть просто жорсткими термінами виконання. Усі ці моменти й багато іншого можуть відігравати вирішальну роль у результатах реалізації архітектурного проекту.

На щастя, 3D-орієнтований підхід до архітектурного процесу допомагає задовольнити багато із цих вимог.

Звісно, у будь-якому архітектурному проекті першорядне значення має якість. Архітектор повинен докладати максимальних зусиль кожного разу. У цьому ідеальним рішенням є 3D-інструменти на кшталт тих, що входять до набору інструментів Adobe Substance 3D. Вони дозволяють архітекторам створювати абсолютно фотореалістичні зображення. Такі ресурси можна легко розміщувати на повноцінній 3D-сцені, демонструючи проекти в контексті з усіх боків.

Але швидкість і здатність адаптуватися до мінливих вимог також є критичними у творчості архітектора. У цьому випадку підхід, зосереджений на 3D-інструментах, також пропонує низку рішень, що надає архітекторам можливість легко й швидко створювати й за потреби модифікувати моделі.

Оскільки для презентації архітектурних проектів дедалі частіше застосовуються тривимірна візуалізація в реальному часі, зокрема віртуальна й доповнена реальність, Adobe пропонує цілу низку 3D-інструментів, що дають змогу архітекторам підвищувати ефективність, гнучкість і реалістичність проектів архітектурної візуалізації.

Ультрареалістичні й гнучко настроювані матеріали є надзвичайно важливим елементом у створенні високоякісних візуальних ефектів. Наприклад, якщо проектуємо мармурову поверхню, вона має виглядати й відчуватися як

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

мармур у будь-який спосіб: вона повинна бути правильного кольору й мати відповідну рефлексивність, а візерунки на її поверхні повинні бути реалістичними. Якщо чогось не вистачає, візуалізація просто не буде переконливою. Крім того, виконавці повинні мати змогу швидко створювати реалістичні й привабливі сцени.

Завдяки процедурному характеру матеріалів можна генерувати по суті нескінченну матрицю матеріалів, що дозволяє експериментувати з їхньою атмосферою й асортиментом настільки гнучко, наскільки це потрібно, – і за потреби відтворювати кожен матеріал у вигляді високоякісного зображення.

Результат цього – у тому, що можна продуктивніше створювати проектні пропозиції порівняно з традиційними методами проектування, зберігаючи при цьому надвисокий рівень якості зображень у кожній роботі.

Спеціалізований Інструментарій забезпечує просту взаємодію між різними програмами, а також щільну інтеграцію з усіма основними 3D-інструментами як в автономному режимі, так і в реальному часі. Додаткові модулі дозволяють імпортувати, редагувати й візуалізувати матеріали безпосередньо в інструментах малювання, як-от SketchUp, в інструментах моделювання на кшталт Revit, 3ds Max, Maya, Rhino, Cinema 4D і Modo, на платформах 3D-рендерингу включно з Lumion, V-Ray і Corona, у плагіні Enscape VR і в основних ігрових обробниках, таких як Unreal Engine або Unity. Якими б не були інструменти, інструментарій Substance 3D добре впишеться у ваш робочий процес.

Платформи для спільного проектування: розробляйте цифрові платформи або програми, які сприяють співпраці між архітекторами, дизайнерами та клієнтами. Ці платформи можуть оптимізувати комунікацію, обмін документами та управління проектами, зрештою підвищуючи ефективність і задоволеність клієнтів.

Важливо ретельно оцінити ринковий попит, конкуренцію, а також навички та досвід всередині підприємства, перш ніж вирішити, які сфери розвивати. Проведення ринкових досліджень і консультації з галузевими

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

експертами можуть надати цінну інформацію для прийняття обґрунтованих рішень. Також слід ураховувати загальні тенденції розвитку сфери креативних індустрій або креативної економіки в цілому.

Можна виділити 5 факторів, під впливом яких розвиватимуться індустрії креативної економіки (рис. 3.1).



Рис. 3.1. Фактори впливу на розвиток креативної економіки [12, С.33]

Тенденціями розвитку сектору креативних індустрій є зростання частки креативних послуг в креативній продукції: за прогнозами сектор креативних послуг буде зростати значно швидше, ніж сектор креативних товарів. Це узгоджується із глобальним зрушенням у напрямі розвитку сфери послуг, та незначним зменшенням питомої ваги промислового та сільськогосподарського виробництва. Креативні послуги складно оцінити, але чітко зрозуміло, що їх перелік та глибина розширюються разом із розвитком цифрової економіки. Крім того, вони виявляють стійкість до економічного тиску в часи невизначеності та є вагомим потенціалом до розвитку – особливо в країнах, що розвиваються (зокрема, у сфері електронної комерції). Формування нових тенденцій на ринку праці: наразі технологічні інновації, автоматизація, штучний інтелект поєднуються для створення змін, спрямованих на підвищення

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

продуктивності та конкурентоспроможності креативного сектору економіки. Цифрова трансформація продовжить змінювати трудовий ландшафт упродовж найближчих років. Зміни будуть такими безпрецедентними та стрімкими, що важко оцінити, яким саме виявиться вплив на ринок праці [12, С.34].

Запровадження таких політик:

- розробка та прийняття відповідних державних програм, стратегій, плану дій;
- утворення організацій, що будуть реалізувати цілі, завдання, визначені у стратегічних документах;
- сприяння діяльності недержавних спеціалізованих організацій, наприклад, у сфері кіно, музики, дизайну та ін. (як в Китаї, Південній Кореї, США, Великобританії та ін.);
- фінансування загальнодержавних програм, державних цільових програм, стратегій;
- активна міжнародна співпраця з питань розвитку креативного сектору;
- забезпечення дискусії між основними стейкхолдерами для обміну думками, визначення потреб, об'єднання спільними ідеями, розробки ефективних інструментів;
- створення надійного правового регулювання прав інтелектуальної власності;
- запровадження системного та якісного аналізу сектору креативної економіки.

Міжнародний досвід свідчить про застосування таких інструментів розвитку креативної економіки:

- податкові стимули;
- доступні кредити;
- інвестиції у підтримку національних виробників креативної продукції;
- державна фінансова підтримка фондів з розвитку креативного сектору (наприклад, Фонд стартапів);
- гранти;

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

- субсидії;
- державно–приватне партнерство [12, С. 47].

3.2. Розробка загальної стратегії розвитку АБК «Еліт».

Стратегічний план – це документ, інтегрований у бізнес–план, що включає економіко–фінансове, стратегічне та організаційне планування, яке компанія чи організація має вирішити свої цілі та досягти своєї місії на майбутнє.

Для здійснення вдалого стратегічного планування підприємству потрібно здійснити наступні кроки:

Визначити чітке бачення та місію, яка окреслює її основні цінності, мету та цілі. Це забезпечить керівну основу для прийняття рішень і зростання.

Визначити цільові ринки та спеціалізації, дослідження ринку, щоб визначити цільові ринки з найбільшим потенціалом зростання та оцінити конкуренцію. Визначити, чи є якісь недостатньо залучені ніші або спеціалізовані області, де фірма може досягти успіху та виділитися.

Підвищувати досвід і можливості, інвестувати в постійне навчання та розвиток, щоб бути в курсі останніх галузевих тенденцій, технологій і передового досвіду. Заохочувати співробітників брати участь у навчальних програмах, семінарах і галузевих конференціях, щоб розширити свої навички.

Розвивати відносини співпраці, міцні відносини з клієнтами, підрядниками, постачальниками та професіоналами галузі. Розвивати спільний підхід до реалізації проекту, наголошуючи на відкритому спілкуванні, довірі та взаємній повазі. Міцні відносини можуть призвести до нового бізнесу, рекомендацій і стратегічного партнерства.

Дотримуватись принципів сталого розвитку, включати в проекти принципи сталого проектування та практики екологічного будівництва. Розвивати досвід у екологічній та енергоефективній архітектурі та технологіях будівництва, щоб задовольнити зростаючий попит на екологічно чисті рішення.

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

Це може залучити екологічно свідомих клієнтів і сприяти створенню позитивного іміджу бренду.

Використовувати цифрові інструменти та технології для підвищення ефективності, точності та співпраці. Інвестувати в програмне забезпечення для інформаційного моделювання будівель (BIM) для координації проектування та будівництва, інструменти управління проектами для оптимізації робочих процесів, а також віртуальну реальність (VR) або доповнену реальність (AR) для покращеної візуалізації та залучення клієнтів.

Створити переконливу фірмову ідентичність, яка відображає цінності фірми, досвід і унікальну торгову пропозицію. Інвестувати в професійний брендинг, включаючи візуально привабливий логотип, веб-сайт і маркетингові матеріали. Постійно доносити повідомлення бренду фірми через усі точки взаємодії, щоб зміцнити визнання та довіру, розробити маркетингову стратегію, яка включає онлайн- і офлайн-канали, методи цифрового маркетингу, такі як пошукова оптимізація (SEO), маркетинг у соціальних мережах і створення контенту, щоб охопити ширшу аудиторію. Відвідувати галузеві заходи, приєднуватися до професійних організацій і брати участь у мережевих можливостях, щоб розширити охоплення фірми та налагодити галузеві зв'язки.

Необхідно зосередитись на наданні виняткового досвіду для клієнтів, забезпечити ефективне спілкування, оперативність і прозорість протягом життєвого циклу проекту, регулярно шукати відгуки від клієнтів і включати їх у вдосконалення процесів і послуг.

Контролювати фінансову ефективність, перевіряйте фінансову ефективність, відстежуйте ключові показники ефективності (KPI) і встановлювати фінансові цілі та завдання. Підтримувати позитивний грошовий потік і забезпечувати прибутковість за допомогою точної оцінки проекту, ефективного контролю витрат і ефективного розподілу ресурсів.

Заохочувати співробітників досліджувати нові ідеї, технології та концепції дизайну на основі галузевих тенденцій і вимог ринку, щоб залишатися конкурентоспроможними.

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

Важливо адаптувати стратегію відповідно до конкретних цілей, можливостей і динаміки ринку архітектурно–будівельного підприємства. Слід регулярно оцінювати та коригувати стратегію за потреби, щоб забезпечити її ефективність у забезпеченні сталого зростання.

Протягом свого розвитку стратегічний план встановлює основи функціонування компанії відповідно до досягнення майбутніх цілей, навіть не знаючи, яким буде майбутнє. Іншими словами, він визначатиме, які дії потрібно буде здійснювати на рівні бізнесу, щоб мати змогу протистояти викликам, що виникають, і нарешті досягти поставлених раніше цілей.

Стратегічний план повинен включати (рис. 3.2):

Місія компанії.

Стратегічне бачення, яке визначає цілі, яких потрібно досягти, та способи їх досягнення.

Аналіз сьогодення компанії та її середовища або сценарію.

План дій або оперативний план, за допомогою якого можна реалізувати визначені стратегії.

Написавши цей документ, керівники фірм пропонують рішення зі стратегічної точки зору, яких слід дотримуватися в майбутньому, переважно в середньостроковій перспективі. Зазвичай цей прогноз зазвичай пропонує трирічний горизонт для досягнення конкурентоспроможних організацій, пристосованих до послідовних змін у секторі, в якому вони працюють, хоча він може становити від одного до 5 років.

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

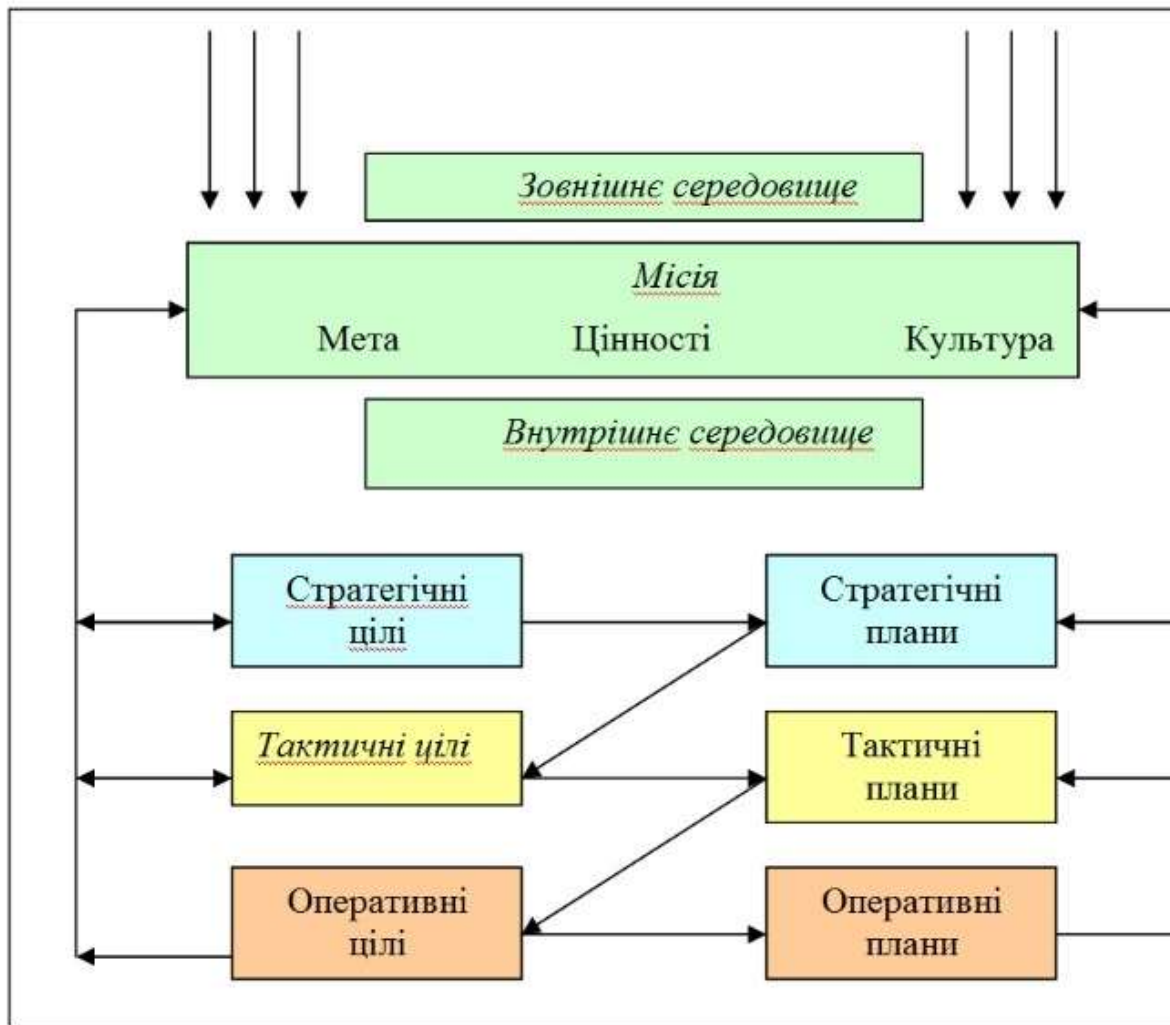


Рис. 3.2. Етапи та елементи стратегічного планування [34]

Місія АКБ «Еліт» – проектування та створення інноваційних, стійких і надихаючих просторів, які не тільки збагачують життя людей і сприяють розвитку культурно–соціального середовища, але і є безпечними та екологічними. В роботах компанії поєднано художнє вираження, функціональний дизайн і технологічний досвід для надання виняткових архітектурних рішень, які перевершують очікування клієнтів і відповідають концепціям сталого креативного розвитку, соціальної відповідальності та співпраці».

Така місія підкреслює відданість фірми художньому вираженню, функціональному дизайну та екологічним практикам, підкреслюючи важливість співпраці, цілісності та задоволеності клієнтів. Це також підкреслює

бажання фірми сприяти розвитку креативних індустрій і позитивно впливати на громади за допомогою інноваційних архітектурних рішень.

Виходячи з наданої місії для компанії «Еліт», що працює у сфері архітектури та креативних індустрій, ось деякі потенційні цілі:

Удосконалення дизайну: прагнення до досконалості дизайну, створюючи естетично привабливі, інноваційні та функціональні простори, які надихають і захоплюють клієнтів і користувачів, дозволить залучити більше клієнтів, які розділяють цінності компанії.

Задоволення клієнтів. Для задоволення клієнтів потрібно забезпечити урахування їх виняткового досвіду, надаючи уважне та чуйне обслуговування, ефективну комунікацію та виконання проектів вчасно та в межах бюджету.

Екологічність: Оскільки компанія декларує екологічність своєї діяльності, то потрібно використовувати принципи та методи сталого проектування, щоб мінімізувати вплив на навколишнє середовище, сприяти енергоефективності та віддавати перевагу використанню екологічно чистих матеріалів і будівельних технологій. Також доцільним буде здійснити сертифікацію своїх об'єктів.

Технологічний прогрес. Для того, щоб підтримувати імідж сучасної креативної компанії, підприємству «Еліт» потрібно використовувати передові технології, такі як інформаційне моделювання будівель (BIM), віртуальна реальність (VR) і доповнена реальність (AR), щоб покращити процеси проектування, покращити співпрацю та забезпечити задоволення клієнтів.

Співпраця та партнерство: підприємство має сприяти співпраці з клієнтами, професіоналами галузі та зацікавленими сторонами, щоб використовувати різноманітний досвід, обмінюватися знаннями та створювати цілісні та інтегровані дизайнерські рішення.

Вплив на спільноту: створюйте дизайни, які позитивно впливають на спільноти, враховуючи соціальні, культурні та економічні фактори. Сприяти покращенню громадських просторів, підтримувати сталий розвиток міст і просувати інклюзивні практики дизайну.

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

Професійний розвиток: Оскільки креативна економіка базується на інтелектуальному капіталі, то рекомендується інвестувати в безперервне навчання та можливості професійного розвитку для членів команди, щоб бути в курсі галузевих тенденцій, покращувати навички та розвивати культуру інновацій та творчості.

Зростання та розширення ринку: Потрібно визначити можливості зростання на цільових ринках і стратегічно розширити присутність фірми. Нові типи проектів, диверсифікація клієнтської бази та дослідження потенційної співпраці чи партнерства, дозволять розширити охоплення та вплив фірми.

Інтелектуальне лідерство: Фірма має себе позиціонувати як лідера думок у галузі шляхом активної участі в галузевих заходах, конференціях і публікаціях, ділитися досвідом, думками та інноваційними підходами до дизайну, щоб сприяти розвитку архітектурної та креативної індустрії.

Добробут і культура співробітників: Має бути створене сприятливе та інклюзивне робоче середовище, яке цінує благополуччя співробітників, професійне зростання та баланс між роботою та особистим життям, культуру, яка заохочує творчість, співпрацю та різноманітність, залучаючи та утримуючи найкращі таланти.

Ці цілі узгоджуються з заявою про місію та відображають прагнення фірми створювати винятковий дизайн, сприяти стійкості, розвивати співпрацю, справляти позитивний вплив на суспільство та стимулювати зростання та інновації в архітектурній та творчій галузях.

У період конфлікту чи війни цільові ринки для архітектурно-будівельної компанії «Еліт» в Україні можуть відрізнитися від ринків у більш стабільні часи.

Фірма має зосередитись на участі в проектах реконструкції та відбудови в районах, які постраждали від конфлікту. Це може включати ремонт пошкодженої інфраструктури, реконструкцію будівель і відновлення громадських місць, співпрацю з гуманітарними та гуманітарними організаціями, які беруть участь у наданні допомоги та підтримки

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

постраждалим громадам. Архітектурні та будівельні послуги також потрібні, щоб допомогти створити безпечні та функціональні простори для переміщених осіб, тимчасові притулки та громадські центри в найкоротший період часу.

Необхідна співпраця з державними органами та муніципальними органами влади, які працюють над ініціативами щодо відновлення та планами розвитку міст, компанія може зробити внесок у реконструкцію міст та брати участь у розвитку інфраструктурних проектів, здійснювати архітектурну та будівельну експертизу, щоб допомогти у відбудові шкіл, закладів охорони здоров'я, громадських центрів та іншої життєво важливої інфраструктури.

Можливість співпраці з міжнародними організаціями та іноземними урядами, які беруть участь у наданні допомоги та підтримки Україні також необхідно використати, щоб зробити внесок у великомасштабні проекти розвитку, що фінансуються міжнародними організаціями.

3.3. Креативні індустрії як засіб подолання викликів воєнного часу.

Креативний бізнес під час війни зазнав втрат та змін, проте не на стільки, як інші сфери економіки, які також зіштовхнулися зі скороченнями продажів, переходом на дистанційний формат та втратою робочих місць, міграцією провідних фахівців за кордон або залуення їх до лав захисників нашої країни.

За статистикою [35]:

- близько 20% спеціалістів виїхали в інші країни;
- 37% залишилися без роботи або тимчасово не отримують зарплатню;
- 39% опитаних спостерігають значне зменшення кількості замовлень.

Серед ключових глобальних трендів розвитку креативної економіки [12]:

- ринок праці майбутнього потребуватиме м'яких, когнітивних, адаптивних та творчих навичок;
- постійний доступ до контенту (доступ до інформації в режимі онлайн) збільшить потенціал продажу креативної продукції;

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

- посилення впливу цифровізації та технологій призведе до появи нових "відтінків" індустрій креативної економіки та способів її просування;
- цифровізація креативної економіки потребуватиме належного захисту цифрових прав людини;
- розвиток електронної комерції збільшить масштаби креативного бізнесу;
- сектор інтернет–реклами, що демонструє стрімке зростання, стане одним з головних каналів продажу креативної продукції;
- відбудеться посилення ролі індустрії моди;
- сільські населені пункти розглядатимуться як території з потенціалом розвитку креативної економіки.

Саме на креативну економіку під час війни мають великі сподівання, адже вона призводить до економічного розвитку та створює привабливий інвестиційний клімат. Експортний потенціал креативної індустрії України дуже широкий. За підсумками 2022 року, на підтримку України в інших державах було проведено 650 культурних акцій та понад 100 концертів.

Деякі працівники індустрії працюють у віддаленому форматі: дизайнери, освітяни, програмісти. Інші залишили Україну у пошуках безпечного місця перебування.

Українські дизайнери, що працюють на фрилансі у міжнародних компаніях, вже визнані на світовому рівні. Середня зарплатня web–дизайнера на віддаленій посаді у міжнародній компанії, згідно з опитуванням маркетплейсу MasterBundles, становить близько 3500 євро.

Міжнародні компанії цінують якості українських працівників креативної сфери, а саме: високий рівень освіти, здатність швидко адаптуватися до мінливих умов, гнучкість, креативність [35].

Окрім того, війна триває вже досить довго. Молоді кадри, а також громадяни, які виїхали разом з родиною, поступово влаштовують особисте життя, налагоджують побут. Адаптувавшись до стабільності за кордоном, не кожен зголоситься на нові виклики, що можуть постати при поверненні додому.

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

ВВП від креативного бізнесу в Україні становить близько 7%, але експерти вважають, що потенціал перевищує 10% (до прикладу, ВВП США складає 11%) [35].

На топових позиціях з виробництва доданої вартості економіки України:

1. IT сектор.
2. Архітектура, інжиніринг.
3. Кіномистецтво.
4. Інформаційні послуги.
5. Реклама.

У Плані відновленні України в розділі "Культура та інформаційна безпека" йдеться про способи збереження та створення нових робочих місць працівників креативної індустрії. На 2027–2028 роки очікується збільшення у 2 рази, що складає приблизно 600 тисяч робочих місць.

На першому місці за надходженнями до бюджету складає IT, тому окремий пункт присвячено поверненню цінних кадрів з-за кордону та надання їм фінансової підтримки. Враховуючи багатогранність креативної індустрії, розраховувати на ріст можуть наступні напрямки [35]:

Культурний туризм. Навіть у стані повномасштабної війни до України прибувають іноземні туристи, які хочуть побачити на власні очі мужню країну, якій доводиться боротися з агресором.

Після завершення війни можна очікувати збільшення кількості охочих відвідати Україну, ближче познайомитися з культурою та людьми. Події, що привертають увагу, відбуватимуться не завжди.

Архітектура. Зруйновані пострадянські будинки не будуть відновлюватися у застарілому стилі, з радянським плануванням. Талановиті архітектори, що зможуть запропонувати вигідні за вартістю, стильні, сучасні, енергоощадні проєкти, будуть на вагу золота.

Дизайн інтер'єру. Масштаби руйнації разючі, але знищених будинків набагато менше ніж пошкоджених. Нерухомість мають не лише люди низького достатку. Можна очікувати підвищення попиту на дизайнерські послуги від

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

середнього та вище соціального класу, адже дизайн – не тільки про візуальну картинку, а й про раціональне використання простору, зручність, затишок. Багато українців захочуть влаштувати комфортне житло після довготривалих незручностей.

Фільми, анімація. Спершу після перемоги варто очікувати кінопродукти про війну. У довгостроковій перспективі креативникам варто довести рівень розвитку та продемонструвати можливості, адже спеціалісти цього напрямку можуть працювати з проєктами будь-якої тематики.

Музика. Створення музики з врахуванням технічного розвитку не є проблемою. На отримання прибутку можна розраховувати у разі популяризації та масового продажу незалежно від формату. Українська музика набуває все більше популярності у світі, і не тільки через війну.

Вітчизняні компанії та держава має стимулювати українців повернутися додому. Як варіант, зменшення податків, пільги, відстрочення бізнесових кредитів на створення власних студій на законодавчому рівні тощо. Люди мають бути вмотивовані та відчувати впевненість у завтрашньому дні [35].

Український культурний фонд разом з Міністерством культури та інформаційної політики провів дослідження, за результатами якого на червень 2022 року за кордон виїхало 20% працівників креативного бізнесу.

Для повернення кадрів необхідні інвестиції в креативну економіку. Мотивацією може стати відповідна міжнародному рівню зарплатня, податкові канікули на відновлення чи заснування бізнесу.

Продавати цифрові продукти на експорт можна безпосередньо з України. Працюючи в міжнародних компаніях, віддалені спеціалісти можуть розраховувати вищу зарплатню, ніж в Україні.

З точки зору держави це плюс, адже від розміру заробітку залежить податок на прибуток. Проте існує тіньова сторона – ця схема актуальна лише для офіційно працевлаштованих спеціалістів та зареєстрованих компаній, які можуть співпрацювати між собою.

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

Розмір податку також залежить від форми оподаткування. Тобто, потрібний спеціаліст з високим рівнем заробітку на 1 групі оподаткування сплачує фіксовану суму, що ніяк не зможе закрити велику діру в економіці.

З початку війни пошкоджено близько 1100 об'єктів культурної інфраструктури серед яких бібліотеки, музеї, клуби. Очікувати на прибутковість та вихід працівників на роботу можна лише після відновлення, що потребує великих фінансових вкладень [35].

Послуги програмістів, UX/UI дизайнерів, верстальників, тестувальників потрібні у будь-який час та в будь-якій країні. Бізнес повністю або частково переходить в онлайн. Навіть виробничі компанії, що працюють з фізичними продуктами, мають бути представлені у цифровому полі.

Спеціалісти ФОПи, наймані працівники українських та міжнародних компаній, організаційні структури цих напрямків мають стабільний попит, отримують прибуток, отже, можуть регулярно робити внесок у розвиток країни.

Під час війни дизайнери одягу мають складнощі з виробничими процесами. Однак мода є рушійною силою, що допомагає тримати увагу світу на українському питанні. Покази дизайнерів відбуваються, одяг українських митців вдягають знаменитості для вираження солідарності.

Українські спеціалісти в галузі реклами мають попит у міжнародних замовників через високий рівень креативу, нестандартну подачу, особливе бачення, високий технічний рівень.

Сучасний бізнес неможливий без реклами, а конкуренція змушує до рішучих дій, тому рекламний сектор залишається одним з найбільш прибуткових.

Креативна індустрія, як і будь-яка інша сфера, піддається впливу війни, і потребуватиме підтримки з боку держави. Проте це одна з найбільш гнучких галузей, що здатна адаптуватися до скрутних умов під час військової агресії та після перемоги.

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

Креативники здатні зробити значущий внесок у плані сплати податків та розвитку держави, в тому числі на міжнародній арені. Певні фізичні мистецькі організації потребуватимуть більшої уваги від влади.

На відновлення культурних пам'яток, туристичних локацій потрібні дотації. Спеціалісти цифрового напрямку мають бути зацікавлені у поверненні на батьківщину та офіційному працевлаштуванні.

Злагоджена взаємодія держави та креативного суспільства допоможе швидкому відновленню України. [35]

Висновки до розділу 3

На розвиток креативних індустрій в Україні під час війни суттєво вплинув триваючий конфлікт і пов'язані з ним проблеми. Хоча конкретні висновки можуть відрізнятися залежно від регіону та сектору, ось кілька ключових висновків щодо розвитку креативних індустрій в Україні під час війни:

Економічні виклики: війна створила значні економічні виклики для України, вплинувши на різні сектори, включно з креативними індустріями. Нестабільність, обмежені ресурси та порушення ланцюгів постачання вплинули на зростання та сталість творчого бізнесу.

Культурна стійкість: незважаючи на складні обставини, креативні індустрії в Україні продемонстрували стійкість і культурну силу. Художники, дизайнери та творчі професіонали використовували свої таланти, щоб висловити свій досвід, підвищити обізнаність і сприяти культурній ідентичності та єдності.

Розбудова громади: війна спонукала творчу спільноту в Україні об'єднуватися, співпрацювати та підтримувати одна одну. Митці та культурні організації організовують заходи, виставки та ініціативи, щоб підтримувати почуття спільності та сприяти мистецькому самовираженню.

Роль соціальних медіа: Платформи соціальних медіа відіграли важливу роль у зв'язку митців, охопленні аудиторії та демонстрації української

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

творчості ширшій аудиторії. Онлайн–платформи стали вкрай важливими для митців, щоб ділитися своїми роботами, спілкуватися з аудиторією та долати фізичні бар’єри, спричинені конфліктом.

Гуманітарні ініціативи. Креативні індустрії також зіграли певну роль у гуманітарних зусиллях під час війни. Митці та культурні організації беруть участь у проектах, спрямованих на надання підтримки, збір коштів і надання допомоги постраждалим громадам.

Переміщення та міграція: війна призвела до значного переміщення та міграції в Україні. Це призвело до руху творчих особистостей і появи мистецьких спільнот у нових місцях, що потенційно сприяє диверсифікації та зростанню творчих сцен.

Виклики інфраструктури. Конфлікт створив проблеми для інфраструктури, що підтримує творчі індустрії, включаючи культурні установи, заклади та освітні заклади. Відбудова та відновлення цих елементів інфраструктури матиме вирішальне значення для довгострокового розвитку креативних індустрій в Україні.

Політика та фінансова підтримка: незважаючи на складні обставини, були зроблені спроби забезпечити політичну підтримку та фінансування креативних індустрій в Україні. Урядові ініціативи, гранти та програми, спрямовані на підтримку митців і творчого бізнесу, були створені для підтримки та розвитку сектора.

Важливо зазначити, що вплив війни на креативні індустрії в Україні є складним і багатогранним. Довгостроковий розвиток і зростання сектора залежатиме від таких факторів, як вирішення конфлікту, економічна стабільність, інвестиції в культурну інфраструктуру та здатність створити середовище, сприятливе для творчості, інновацій та підприємництва.

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

ВИСНОВКИ

З початку XXI століття креативні індустрії є одним з пріоритетів економічного розвитку в розвинених країнах Європи, Америки і Південно–Східної Азії. Досвід та успіх світових лідерів в цій сфері зумовлює активні дії і інших країн в напрямку розвитку креативної економіки. Зокрема, в Україні є значний потенціал для розвитку креативних індустрій. Деякі експерти прогнозують, що інновації і креатив будуть мати темпи приросту, які перевищуватимуть темпи розвитку інших галузей економіки. Проте, частка креативного сектору в економіці ще досить низька, хоча і має тенденцію до щорічного зростання, в основному за рахунок ІТ галузей.

Важливою проблемою, що заважає компаративній оцінці розвитку креативної економіки в країнах світу є різна методологія до класифікації креативних індустрій. Уніфікація поняття «креативні індустрії» та підходи до їх класифікації вимагають подальшої уваги з боку теоретиків та практиків креативної економіки.

Аналіз діяльності архітектурно–будівельної компанії «Еліт» у сфері креативних індустрій у передвоєнний час та під час війни в Україні висвітлює виклики, можливості та вплив креативної діяльності на стійкість фінансового стану компанії, який виявився кращим, ніж в середньому по будівельній галузі.

Війна в Україні поставила перед архітектурними та будівельними компаніями численні виклики, зокрема проблеми з безпекою, пошкоджену інфраструктуру та обмежені ресурси. Успішні фірми продемонстрували адаптивність, стійкість і здатність орієнтуватися в складних політичних і економічних умовах, створивши попит на зусилля з реконструкції та відбудови, надаючи можливість архітектурним і будівельним компаніям зробити свій внесок у відновлення постраждалих територій. Компанії, які спеціалізуються на постконфліктній реконструкції та мають досвід адаптивного повторного використання та оновлення, відіграли вирішальну роль у відновленні пошкодженої інфраструктури.

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

Співпраця з гуманітарними організаціями, неурядовими організаціями, державними установами та міжнародними структурами стала важливою для архітектурних та будівельних компаній, що працювали під час війни. Завдяки формуванню стратегічних партнерств компанії отримали доступ до фінансування, ресурсів і досвіду, необхідних для здійснення проектів реконструкції та позитивного впливу на постраждалі громади.

Війна підкреслила важливість принципів сталого та стійкого дизайну. Архітектурні та будівельні компанії зосереджені на інтеграції екологічно чистих методів, енергоефективності та впровадженні стійких конструктивних особливостей, щоб протистояти майбутнім викликам. Такий підхід не тільки сприяв стійкості, але й покращив довгострокову функціональність і адаптивність архітектурного середовища.

Архітектурні та будівельні компанії продемонстрували свою відданість соціальній відповідальності, зробивши внесок у створення безпечних, функціональних і естетично привабливих місць для переселенців, тимчасових притулків і громадських центрів. Ставлячи пріоритетом добробут і потреби постраждалого населення, ці фірми зробили значний гуманітарний вплив.

Незважаючи на виклики, пов'язані з війною, архітектурні та будівельні компанії знайшли можливості для економічного зростання, беручи участь у проектах промислового та комерційного розвитку в регіонах, які менше постраждали. Ці проекти сприяли створенню робочих місць, відродженню місцевої економіки та залученню інвестицій.

Діяльність архітектурно-будівельної компанії «Еліт» у сфері креативних індустрій під час війни в Україні продемонструвала її стійкість, адаптивність та відданість справі відновлення та покращення середовища. Компанія зробила значний вплив на зусилля з реконструкції та здійснила внесок у загальний добробут постраждалих громад.

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

Список використаних джерел:

1. Florida, Richard (2002), *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*, Basic Books
2. Landry, Charles; Bianchini, Franco (1995), *The Creative City* (PDF), Demos
3. Hesmondhalgh, David (2002), *The Cultural Industries*, SAGE, P.14
4. DCMS (2001), *Creative Industries Mapping Document 2001* (2 ed.), London, UK: Department of Culture, Media and Sport, archived from the original on 2008-07-27, retrieved 2007-05-26
5. Свінцицька О.М., Ткачук В.О. Креативна економіка та креативні індустрії: навч. посібн. [Електронне видання]. – Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. – 218.
6. Закон України «Про культуру». <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text>
7. Vuitrago Restrepo, Pedro Felipe, Duque Márquez, Iván *The Orange Economy: An Infinite Opportunity*. Міжамериканський банк розвитку
8. Howkins, John (2001), *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*, Penguin
9. Kultur & Kommunikation for Nordic Innovation Centre (2007), "Creative Industries Education in the Nordic Countries" Archived 2015-05-18 at the Wayback Machine; Mœglin, Pierre (2001), *Les Industries éducatives*, Paris, Puf
10. "Department for Culture, Media & Sport – Creative Industries Economic Estimates January 2015" (PDF). gov.uk. 13 January 2015. Archived (PDF) from the original on 10 February 2015. Retrieved 16 May 2015.
11. Про креативну економіку. URL: <http://www.creativecities.org.ua/uk/creativeeconomy/about/?msclkid=f9964d04cee11eca37ea0b39c8e23b8>
12. КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА: НОВА ЕКОНОМІЧНА ЕПОХА XXI СТ./ Віктор Галасюк, Ігор Гужва, Діна Серебрянська, Іванов Євген, Олена Митник https://creativeeconomy.center/wp-content/uploads/2021/12/2_5332503104040474153.pdf

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

13. Диндар А. С. Позиції культурно-креативної індустрії в економіці єс. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 1. С. 53–59. DOI: 10.32702/2306-6814.2019.1.53

14. Турський І.В. "Глобальні та регіональні тренди креативних індустрій та перспективи їх розвитку в Україні." Електронний ресурс.–Режим доступу: <https://elartu.tntu.edu.ua> (2017).

15. Richard Florida, Charlotta Mellander, and Karen M. King Global Creativity Index, GCI) [<http://www-2.rotman.utoronto.ca/mpi/content/insight-the-2015-global-creativity-index/>]

16. Бакуліна Н., Фалович В. Розвиток креативних індустрій в Україні: аналіз і оцінка. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. 2019. Вип. 24. 27

17. У 2020 році креативні індустрії згенерували 4,2% доданої вартості української економіки. <https://www.kmu.gov.ua/news/u-2020-roci-kreativni-industriyi-zgenerovali-42-dodanoyi-vartosti-ukrayinskoji-ekonomiki>

18. Креативна економіка та менеджмент : навчальний посібник / Г.В. Назарова, Ю. В. Сотнікова. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. – 160 с.

19. Сив'юк О.О. Креативні індустрії та економіка: тенденції та перспективи. https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/20720/1/INORKKI_2022_P011-013.pdf

20. Каленюк І., Кузнецова Н. Креативна економіка у світовому інноваційному процесі. *Міжнародна економічна політика*. 2022. № 1 (36) С. 101-123

21. Chartrand, H. (1984). An Economic Impact Assessment of the Fine Arts Presented to: Third International Conference on Cultural Economics & Planning, Akron, Ohio (April). Accessed in May 2008. URL: <http://www.compilerpress.ca/Cultural%20Economics/Works/Econ%20Impact%20Ass%201984.htm>

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

22. Звіт Податкові надходження у сфері креативних індустрій в Україні: I квартал 2022 vs I квартал 2021

<https://drive.google.com/file/d/1XM6XO2zZMbiPhdUCuCUcOpUg13jEVbYh/view>

23. ЗАКОН УКРАЇНИ Про основи містобудування
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2780-12#Text>

24. Беленкова О. Ю, Терлецький О.І. Оцінка матеріалів утеплення стін за допомогою програми RetScreen Будівельне виробництво. 2012. 16 с.

25. Ізмайлова К.В. Урахування класу енергоефективності житлової будівлі у параметричному ціноутворенні. Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин. 2019. 19 с.

26. Беленкова О. Ю. Тенденції розвитку будівельної галузі як чинники формування стратегічної конкурентоспроможності будівельних підприємств/ О. Ю. Беленкова// Будівельне виробництво. Міжвідомчий науково-технічний збірник – 2010. – Вип. 57. – С.24-30.

27. Organizational and technological, economic quality control aspects in the construction industry : collective monograph / О. А. Tugai, Р. Ye. Hryhorovskiy, V. О. Khyzhniak, S. P. Stetsenko, etc. – Lviv-Toruń : Liha-Pres, 2019. – 136 p.

28. Цифра Т. Ю., Деркач Є. В. Система сертифікації – нові реалії України. Енергоефективність в будівництві та архітектурі. 2016. Вип. 8. С. 403-408

29. Ізмайлова К. В. Вплив сучасних економічних умов на обґрунтування доцільності нових будівельних технологій. Нові технології в будівництві. 2010. № 1. С. 79-81.

30. Беленкова О. Ю., Цифра Т. Ю., Мацапура О. В., Остапенко І. О. Економічна оцінка заходів з підвищення енергоефективності. Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин. Вип. 36, 2018. С. 78-82.

31. Максимов А.С. та інші. Енергоефективність в муніципальному секторі. Навчальний посібник для посадових осіб місцевого самоврядування. AMU, USAID, 2015. 184 с.

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

32. Ізмайлова К.В. Регресивна модель впливу проектних рішень на енергоефективність будівлі. Шляхи підвищення ефективності будівництва в умовах формування ринкових відносин. 2020. № 44. 108 с.

33. Беленкова О.Ю. Стратегія та механізми забезпечення конкурентоспроможності будівельних підприємств на основі моделі сталого розвитку: монографія. Київ: Ліра-К, 2020. 512 с.

34. Організація підприємства та визначення організаційної структури ТзОВ Ісполін <http://surl.li/hqqzr>

35. Токарев М. Не одними айтівцями. Що креативні індустрії зможуть запропонувати Україні. Українська правда. <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/01/19/696149/>

						КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА здобувача ступеня вищої освіти «бакалавр»	Лист
Зам.	Кільк.	Лист	№ док.	Підпис	Дата		

