

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Сумський державний університет

Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки і менеджменту

Кафедра управління імені Олега Балацького

Шифр _____

Наказ ректора
про затвердження теми

«До захисту допускається»
завідувач кафедри
_____ П.І.Б.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему:

«Дослідження процесу управління бізнес проєктів в межах креативної економіки (на прикладі власного проєкту)»

за спеціальністю 073 «Менеджмент»
освітньо-професійна програма «Управління проєктами»

Студента гр.УП.м-01

Вовченко Вікторії Романівни

Подається на здобуття освітнього ступеня магістр.

Кваліфікаційна робота магістра містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело _____ Вовченко В.Р.
(підпис)

Науковий керівник: _____ *к.е.н. Таранюк К.В.*

Суми 2021 р.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та менеджменту
Кафедра управління імені Олега Балацького

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

„_____” _____ 20____ р.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ МАГІСТРА

за спеціальністю
073 Менеджмент,
освітньо-професійна програма
«Управління проектами»
студенту групи УП.м-01
Вовченко Вікторії Романівні

1. Тема роботи «Дослідження процесу управління бізнес проектів в межах креативної економіки (на прикладі власного проекту)»

затверджена наказом по СумДУ № _____ від „_____” _____ 20____ р.

2. Термін подання студентом закінченої роботи _____
3. Мета кваліфікаційної роботи: дослідити вплив розвитку креативної економіки на бізнес середовище України.
4. Об'єкт дослідження: креативна економіка
5. Предмет дослідження: бізнес-проект в межах креативної економіки.
6. Кваліфікаційна робота виконується на матеріалах: Стратегії розвитку України, звіт міністерства культури України, звіт комерційної організації Deloitte, підручники, навчальні посібники, статті та тези конференцій вітчизняних та зарубіжних авторів, інтернет-ресурси
7. Орієнтовний план кваліфікаційної роботи, терміни подання розділів керівникові та зміст завдань для виконання поставленої мети.

№ пор.	Назва розділу	Термін подання
I	Особливості функціонування креативної економіки	05.12.2021
II	Розробка бізнес-проекту в межах креативної економіки.	10.12.2021
III	Стратегічні рішення в бізнес-проектах в межах креативної економіки	14.12.2021

Зміст завдань для виконання поставленої мети кваліфікаційної роботи магістра:

У розділі 1 студент має дослідити основи функціонування креативної економіки

У розділі 2 студент має провести аналіз бізнес-проектів у межах креативної економіки

У розділі 3 студент має запропонувати стратегії ведення власного бізнесу в межах креативної економіки.

8. Консультації щодо виконання роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1			
2			
3			

9. Дата видачі завдання _____

Керівники кваліфікаційної роботи

(підпис)

(П.І.Б)

Завдання до виконання одержав

(підпис)

(П.І.Б)

(підпис)

(П.І.Б)

Анотація

Сутність роботи полягає в дослідженні креативної економіки на світовому рівні та на рівні держави України, виявлення основних відмінностей креативної економіки, визначення вкладу креативної економіки в розвиток світової економіки.

Креативна економіка в Україні також поступово розвивається, з'являються нові підприємства, що орієнтовані на творчість та креатив. У великих містах, таких, як Київ, Львів, Запоріжжя, Одеса, Харків поступово створюються творчі кластери, що займаються розвитком креативної індустрії в Україні. Розвиток креативної економіки пов'язаний з розумінням людей, що таке культура та креатив, наскільки вони важливі для самовираження та самоідентифікації.

Розвиток креативної економіки матиме свій вплив на Україну. За допомогою розвитку креативної економіки з'являються нові робочі місця, зростає кількість самозайнятих осіб та кількість малих та середніх підприємств, рівень ВВП збільшиться.

Ключові слова: КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА, КРЕАТИВНА ІНДУСТРІЯ, КРЕАТИВНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО, КРЕАТИВНА ОСОБИСТІТЬ, КРЕАТИВНИЙ ПІДПРИЄМЕЦЬ.

Реферат

Дипломна робота обсягом 55 сторінок без врахування додатків та списку літератури, з врахуванням 78 сторінок. Складається з 3-х розділів. Кількість ілюстрації в роботі дорівнює 7. Кількість таблиць в роботі дорівнює 9. Кількість додатків в роботі дорівнює 7. Кількість використаних джерел в даній роботі дорівнює 44.

Мета – дослідити вплив розвитку креативної економіки на бізнес середовище України.

Завдання: зібрати інформацію про розвиток креативної економіки, світові та українські тенденції, проаналізувати, виокремити основні відмінності креативної економіки, обґрунтувати необхідність розвитку даної сфери для України.

Предмет – бізнес-проект в межах креативної економіки.

Об'єкт – креативна економіка.

Методи дослідження: аналіз, синтез, прогнозування, екстраполяція, узагальнення, дедукція.

Результати та новизна: Розвиток креативної економіки в Україні матиме великий позитивний ефект для розвитку країни.

Основні економічні показники проекту: Вартість реалізації проекту 32 900,40 грн. Тривалість реалізації проекту 85 днів. Постійні витрати після реалізації проекту 23 500,00 грн. Вартість гри 2000,00 грн. Собівартість гри 945,50 грн. Прибуток 1054,50грн. Точка беззбитковості 23 грн. Період окупності 4 місяці.

Креативна економіка має всі шанси стати провідною економікою країни.
Ключові слова: КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА, КРЕАТИВНА ІНДУСТРІЯ, КРЕАТИВНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО, КРЕАТИВНА ОСОБИСТІТЬ, КРЕАТИВНИЙ ПІДПРИЄМЕЦЬ.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ.....	6
ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ	9
1.1 Сутність креативної економіки	9
1.2 Розвиток креативної економіки у світі	15
1.3 Креативна економіка України	19
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПРОЕКТУ В МЕЖАХ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ	26
2.1 Актуальність створення бізнес-проектів та підприємств в межах креативної індустрії України	26
2.2 Організаційно-економічний аналіз створення власного бізнес-проекту в сфері креативної економіки	31
РОЗДІЛ 3. СТАРТЕГІЧНІ РІШЕННЯ В БІЗНЕС-ПРОЕКТАХ В МЕЖАХ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ	43
3.1 Економічно важливі дані власного бізнес-проекту.....	43
3.2 Управління ризиками в межах власного бізнес-проекту.....	49
3.3 Вибір стратегії управління бізнес-проектом в межах креативної економіки	53
ВИСНОВКИ	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	59
ДОДАТКИ	63

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

грн. – гривні.

ІТ-інформаційні технології.

рр. – роки.

млрд. – мільярд.

ВДВ- валова додана вартість.

ВСТУП

Креативна економіка є доволі молодою. Вперше це визначення було вжито в 2001 році Джоном Хоукінсоном в його літературі. Креативна економіка – складова світової економіки, в межах якої виробляються, поширюються та споживаються товари та послуги, що мають відношення до творчості, наприклад: музика, кіно, мода, дизайн, література, скульптура, образотворче мистецтво, гончарство та інші. Креативна економіка має свої особливості, такі, як домінування знань, інтелекту, інновацій, розвитку. Вона є складовою світової економіки, стимулює інновації, впливає на якість життя та поведінку людей та є показником цивілізаційного прогресу.

Креативна економіка допомагає в формуванні привабливого інвестиційного клімату, в розвитку сфер науки та освіти, в розвитку соціальних сфер життєдіяльності людей, в розвитку економічних сфер життєдіяльності людей. Креативна економіка передбачає створення креативних підприємств до яких залучені креативні особистості. Креативні особистості повинні мати не тільки бездоганні вміння та навички до виконання якогось виду роботи, а й вміти донести глибинний сенс даного витвору, розповісти історію, донести свій посыл до споживачів.

Креативна економіка є молодою економікою, вона набуває все більшого поширення в розвинених країнах світу. Так, як ця економіка офіційно існує близько 20 років, кількість необхідної літератури та досліджень, що стосуються цього питання є не великою.

Дане питання вивчають такі вчені : Пакуліна А.А, Євсеев А.В, Каменских М.А, Дж. Хокінс, Ч. Лендрі, Р. Флорида, Головін С.Ю.

Проводячі збір інформації для виконання дипломної роботи основна кількість корисної літератури була знайдена в іноземних джерелах, це свідчить про відставання України від світової тенденції розвитку креативної економіки.

Креативна економіка тільки почала свій розвиток. Уряд держави позитивно відгукується про можливості даної економіки. Розвиток креативної економіки матиме свій вплив на Україну. За допомогою розвитку нового сектору з'являться нові робочі місця, підвищиться рівень самозайнятих осіб та кількість малих та середніх підприємств. Новий сектор економіки принесе в бюджет нові кошти, тобто рівень ВВП збільшиться.

Мета – дослідити вплив розвитку креативної економіки на бізнес середовище України.

Завдання: зібрати інформацію про розвиток креативної економіки, світові та українські тенденції, проаналізувати, виокремити основні відмінності креативної економіки, обґрунтувати необхідність розвитку даної сфери для України.

Предмет – бізнес-проект в межах креативної економіки.

Об'єкт – креативна економіка

Розвиток економіки призводить до створення нових робочих місць, покращенню умов життя та розвитку населення. На території України ця сфера може стати чудовою альтернативою в розвитку економіки країни, адже основним ресурсом являється креатив та творчість працівників, а не обладнання та інші матеріальні ресурси, які на даний момент в Україні перебувають в занедбаному стані.

РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

1.1 Сутність креативної економіки

Сучасна економіка має певні особливості, що явно виділяють її від попереднього індустріального етапу. Цими особливостями є домінування знань, інтелекту, новизни, інновацій, розвитку.

Креативна економіка стала частиною світової економіки. Для розуміння цього, відносно молодого поняття, ми можемо розглянути три позиції, як:

1. Нова концепція.
2. Система соціально-економічних відносин.
3. Галузь світової економіки.

Креативна економіка, як нова концепція – це концепція, що передбачає зміни в системі досліджень та наукових видах діяльності. Пакуліна А.А. та Євсеев А.В. вважають, що креативна економіка, як новий напрям дослідження – концепція, що поєднує творчість, ідеї, інтелектуальну власність, знання та технології. Каменских М. А вважає, що це концепція, що розвивається, і в основі якої лежать креативні активи, за допомогою яких і здійснюється економічний розвиток.

Соціально-економічні відносини відображають механізми функціонування креативної економіки на даний момент, що допомагають практичному вивченні даної системи. Хокінс Дж вважає, що креативна економіка, як система соціально-економічних відносин - вдале поєднання економічного та творчого підходу до розвитку та удосконалення економічної системи, в наслідок якого маємо встановлення нового креативного сектору постіндустріальної економіки, який поєднує інтелектуальні та творчі ресурси.

Креативна економіка, як галузь світової економіки, має широке поширення в світі та приносить вагомий вклад в розвиток світової економіки. Дубіна І.Н вважає, що креативна економіка – це складова світової економіки, де виробляються, розподіляються, споживаються різноманітні продукти та послуги, що мають відношення до творчості. Головін С.Ю має таку думку, що до креативної економіки, - це сектор економіки, який заснований на різноманітних видах інтелектуальної роботи.[1]

У 2001 році Джон Хоукінсон вперше використав поняття «Креативна економіка» у своїй літературі. Він помітив, що сама по собі творчість не є рівнозначною до виробництва про те, креативність можна вважати її основою. Спочатку з'являється ідея, потім з'являється продукт. Креативна економіка поєднує в собі творчість та інтелект, економічні та культурні цінності.[2]

Креативна економіка має свої відмінні риси, вона є складовою економіки, стимулює інновації, впливає на якість життя та поведінку людей (також є певним показником якості життя споживачів), створює соціальну та технічну інфраструктуру, є показником цивілізаційного прогресу.

Розвиток креативної економіки є можливим зі створення умов з захисту інтелектуальної власності: авторське право (захист творчості людини що виражена в текстах, звуках, фільмах), патент (захист винаходу), торгові знаки (захист назв, символів, лого).[3]

Креативна економіка допомагає суспільству у рішенні нових питань за допомогою стимуляції розвитку інноваційних аспектів людської діяльності адже залучає до розгляду творчість та різноманітні ідеї, що можуть бути нестандартними у вирішенні подібних питань.

Вчені, такі як Джон Хокінс, Чарльз Лендрі, Річард Флорида гадають, що креативна економіка надалі буде розвиватись та стане однією з основних соціально-економічних форм розвитку суспільних відносин.

Креативна економіка допомагає в формуванні привабливого інвестиційного клімату, в розвитку сфер науки та освіти, в розвитку соціальних

сфер життєдіяльності людей, в розвитку економічних сфер життєдіяльності людей.

Креативна економіка передбачає, що люди зайняті в цій сфері повинні бути «креативними особистостями». Креативна особистість, як поняття передбачає, що людина має здатність до вирішення нестандартних проблем; здатна використовувати оригінальні підходи в своїй діяльності; активно використовує та поповняє свої знання, вміння, навички; породжує нові ідеї, відходячі від усталених стандартів та схем при своїй роботі й це означає що людина мислить швидко, якісно та нестандартно. Креативна особистість генерує нові ідеї та рішення.[4]

Творчість з часом стає все більш затребуваною.

Креативна економіка передбачає формування «креативного підприємництва». Креативне підприємництво задовольняє попит споживачів, який виражений в бажаннях до самовираження, отримання не тільки матеріальних, а й духовних, культурних благ. Креативне підприємництво передбачає роботу на перетині культурної та творчої індустрій. До креативної економіки можна віднести всі сфери які поєднують в собі творчий підхід та нестандартні рішення, наприклад: аудіовізуальна творчість, спорт, видавнича діяльність, перформативне мистецтво, візуальне мистецтво, туризм та інші.[5]

Результати креативної діяльності повинні викликати емоції у людей, нести певний посыл та знання.

Люди, що займаються творчістю повинні мати не тільки бездоганні вміння та навички до виконання якогось виду роботи, а й вміти донести глибинний сенс даного витвору, розповісти історію, донести свій посыл до споживачів.

Креативна економіка спричиняє розвиток світової економіки, через введення змін в процес прийняття управлінських рішень. Творчість передбачає нагромадження масиву інформації, опрацювання даних та створення чогось зовсім нового на цій основі.

Також ті міста, в яких підтримують креативне підприємництво стають більш привабливими для молоді, адже надають підтримку в їх починаннях. Політика лояльності до креативних підприємців допомагає в розбудові міст.

Креативна економіка задовольняє соціальні та культурні потреби людей. Також вона є тією частиною економіки, що здатна зберегти певну цінність для майбутніх поколінь, розповісти певну історію, що стосується нашого сьогодення.

Часто переплітаються креативна економіка та ІТ сфери, за допомогою їх взаємодії, ми насолоджуємось музикою зі своїх смартфонів, читаємо книги онлайн, скачуємо гарні картинки та інше.

Розміри її досить великі. Вона включає в себе велику різноманітність професій, наприклад, модель, фотограф, письменник, музикант, композитор, художник, аніматор, мультиплікатор, кравець, сценарист та інше.

До креативної економіки можна віднести маркетинг, ручну працю, дизайн, програмне забезпечення, музику, архітектуру, види діяльності, що також задіяні в креативній індустрії, фільми, музей, видавничу справу.

Розглянемо основний розподіл між вище наведеними даними у процентному відношенні в межах 9 високорозвинених країн, (країни: Японія, Велика Британія, Німеччина, Франція, Південна Корея, Австралія, Іспанія, Італія, Туреччина), звернувшись до рис. 1.1- Сфери креативної економіки 9 високорозвинених країн.

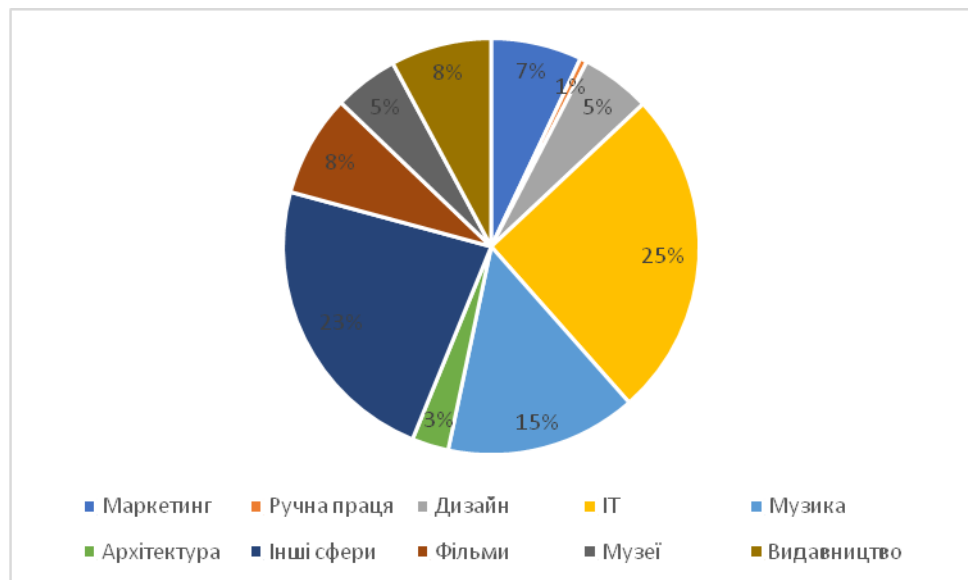


Рис. 1.1 - Сфери креативної економіки 9 високорозвинених країн.

Джерело: побудовано автором на основі заключного звіту від компанії Deloitte LLP для Netflix Internationala B.V відповідно до їх контракту від 15 червня 2020 року. [17.-6]

Найбільша сфера креативної економіки – ІТ сфера. З даного дослідження стало відомо, що в 9 досліджуваних країнах 4 973 185 осіб зайняті в ІТ сфері. Наступною за величиною йдуть креативні сфери, що є відсутні в креативній індустрії, кількість осіб зайнятих в цій сфері становить 4 500 272. І замикає тройку лідерів музична сфера, в ній зайнято 2 901 111 особи. [17.-6]

За даними, що представлені в виданій книзі Deloitte LLP, ми маємо можливість спостерігати, що 7% зайнятих працівників працюють в сфері креативної економіки, за вибірку бралися високорозвинені країни, з попереднього прикладу. В Деяких країнах цей показник є ще більшим і становить 13%. [5.-6]

Характерною рисою цієї індустрії є те, що переважна більшість підприємств, які залучені до неї є малими, або взагалі це самозайняті особи. Початковий капітал для таких підприємств також є переважно невеликим. Креативна економіка використовує нестандартні економічні моделі, генерує нові економічні ідеї, моделі, методи та має відмінний виробничий ланцюг при створенні товару чи послуг.

Розвиток креативного сектору будь якої країни залежить від самих жителів цієї країни, політики уряду, стабільності економіки, умов життя та соціальних тенденцій в світі.[7]

1.2 Розвиток креативної економіки у світі

У 2001 році Джон Хоукінсон вперше використав поняття «Креативна економіка» у своїй літературі. Він помітив, що сама по собі творчість не є рівнозначною до виробництва про те, креативність можна вважати її основою. Спочатку з'являється ідея, потім з'являється продукт. Креативна економіка поєднує творчість та інтелект, а отже результатом діяльності в межах креативної економіки є інноваційний товар або послуга, що наділена економічною цінністю.[2]

Перші наукові дослідження з даної теми проводили на початку 2000 років ДЖ Хоукінс та Р. Флорида. На пострадянському просторі дану тему вивчали І. Дубіна, С. Головін, А. Пакуліна та інші. На території України дане питання вивчали А. Пакуліна, А. Мержвинська, Ю Сотнікова.[8]

Лідером креативної економіки є Велика Британія, ще в 1998 році в цій країні почався процес картування креативних індустрій. До складу «Креативної карти» Великої Британії входять такі сектори: реклама, архітектура, ринок мистецтв та антикваріату, ремесла, дизайн, мода, фільми, відеоігри, музика, виконавські мистецтва, видавнича справа, комп'ютерні послуги, телебачення та радіо.[127-137.-3]

Представник Британської ради з питань «креативної економіки» Джон Ньюбігін ще в 2010 році зазначив, що розвиток технологій впливає на розвиток креативних сфер діяльності людей, також люди схильні до створення речей, що несуть в собі культурну цінність. Завжди були люди, що створюють креативні речі, такі як музика, картини та інше, і завжди будуть люди, що готові заплатити за це – це основа креативної економіки.[23.-9]

В 2018 році кількість зайнятих людей в креативній економіці на території Великої Британії налічувала 3,1 мільйон. Кількість працюючих зросла на 800 000 працюючих з 2011 по 2018 рр. Найбільшим сегментом в 2018 році була ІТ-індустрія, наступні за величиною музика та телебачення. Також є дуже

популярними є медіа-франшизи «Віні-Піх» та «Гарі Потер», що вносять свій вклад в культурний розвиток.[6]

У зв'язку з карантинними обмеженнями в 2021 році було виділено урядом Великої Британії 700 мільйонів фунтів стерлінгів на підтримку мистецьких та культурних заходів в країні.[10]

За попередній період уряд вже витратив 1,57 млрд фунтів стерлінгів на підтримку культурних організацій та об'єктів спадщини.[11]

За прогнозами від Deloitte до 2030 року кількість зайнятих в креативній економіці Великої Британії зросте з 9,6% до 12%, а індустрії ІТ, музики та телебачення допоможуть відновити розвиток креативної економіки після зняття карантинних обмежень та підлаштування під сучасні умови життя. [64-68.-6]

Розглянемо розвиток креативної економіки на території Німеччини. У 2017 році Німеччина налічувала 254 000 підприємств зайнятих в креативній індустрії, це 7,7% від всіх зареєстрованих підприємств в країні. Виручка від даних підприємств склала 158,6 млрд. євро.

Зміни в креативній індустрії Німеччини за 2009 -2017 рр: виручка підприємств з цього сектору виросла на 18%, кількість підприємств цього сектору збільшилась на 6,8 %, а кількість зайнятих людей в цьому секторі збільшилась на 21,47%. Переважають мікро та малі підприємства.[12]

Кількість зайнятих людей в креативній економіці в Німеччині в 2018 році дорівнює близько 3 мільйонів. Кількість з 2011 по 2018 рр. зросла на пів мільйона осіб. Найбільший секторв креативної економіки в Німеччині – ІТ. На відміну від Великої Британії наступні по величині сфери – видавнича справа та інші творчі професії (виробы з епоксидної смоли, тюнінг машин, миловаріння та інші).[40-43.-6]

За оцінками, тільки німецька музична індустрія втратила 5,5 млрд євро через карантинні обмеження. На даний момент уряд Німеччини націлений на підтримку самозайнятих та мікро підприємств, а також установ з культурним напрямком діяльності. Так само як і в Великій Британії видавнича справа почала стрімко розвиватися, зріс попит на газети та онлайн видання, так з кінця

січня цього року кількість читачів досягла позначки 40,2%, тобто 27,7 мільйонів унікальних користувачів, що споживають продукти видавничої діяльності на території Німеччини.

Екстраполюючі тенденції по Covid-19 представники DELOTTE прогнозують зростання кількості зайнятих в креативній економіці до 2030 року до 4 мільйонів осіб, тобто збільшення кількості зайнятих від 7% до 8,4%. Сильно розвинені сфери в Німеччині – IT, фільми, видавнича, інші. Аудіовізуальне мистецтво та видавництво в Німеччині сильно пов'язані між собою, фільми та серіали, що зняті по мотивам книги підвищують попит на книгу, в свою чергу книги підвищують попит на фільми та серіали. [40-43.-6]

Розглянемо розвиток креативної економіки Італії. Кількість зайнятих осіб в креативній економіці на 2018 рік становить 580 000 осіб. Кількість зайнятих з 2011 по 2018 рр зросла на 70 000 осіб. Найбільша сфера в креативній економіці в 2018 році на території Італії - IT. Далі по величині йдуть маркетинг та інші професії. У зв'язку з карантинними обмеженнями туризм в Італії поніс збитки. Уряд Італії напрацював офіційні схеми, спрямовані на помякшення впливу від COVID-19, також створив декілька фондів для підтримки медіа-бізнесів. За даними досліджень DELOTTE кількість працюючих в креативній економіці до 2030 року досяген позначки 620 000 осіб, збільшення кількості працюючих від 2,5% до 2,6%. [44-47.-6]

Як ми бачемо, ці три країни входять до складу Великої сімки. Креативна економіка розвивається в цих країнах. Проте кількість зайнятих в креативній економіці в кожній країні різна. Відсоток зайнятих в креативній економіці в Італії становить 2,5% на даний момент, а по прогнозам на 10 років вперед підніметься тільки на 0,10%, найважливіший сектор економіки – обробна промисловість. З цього можна зробити висновок, що креативна економіка має свій вплив на розвиток економіки, але не є основною причиною її розвитку та процвітання країни.

На розвиток креативної економіки впливають економіка, технології, соціум та культура, політика, зовнішнє середовище. В кожній країні всі ці компоненти різняться і по своєму впливають на розвиток креативних сфер.

Найбільш поширена та велика сфера розвитку в креативній економіці – ІТ сфера, вона посідає перше місце в таких країнах, як: Австралія, Велика Британія, Німеччина, Італія, Франція, Японія, Іспанія, Південна Корея, Туреччина.[6]

ІТ сфера включає в себе інформаційні технології та телекомунікації, ІТ бізнес аналітику, веб-дизайн, створення сайтів, програмне забезпечення, створення ігор, графіки, анімації та інше

1.3 Креативна економіка України

В Україні є певна «Стратегія розвитку інноваційної діяльності на період до 2030 року». В цій стратегії позначений стан країни на період з 2017 по 2018 рр. відповідно до міжнародних рейтингів. Отже в рейтингу по глобальній конкуренції Україна посіла 81 місце з 137. Щодо інвестиційного зростання то Україна посіла 101 місце, 120 за ефективність фінансових ринків, 86 за ринок праці, готовність до адаптацій – 118 місце, розвиток бізнесу 90, за ємністю ринку 47. Майже всі показники є нище середніх, це може охарактеризувати економічний стан України як незадовільний. Низький рівень інновацій в країні, низький рівень взаємодії університетів та підприємств, велика кількість осіб з вищою освітою, низький рівень іноземних інвестицій – це означає що в Україні є особи, що здатні до інноваційних дій, проте їх діяльність не підтримується, про це може ще свідчити й низький рівень приватних підприємств середнього та малого розмірів, а також активний відплив розумів закордон.[13]

Агенство Bloomberg у 2018 році зіставило свій рейтинг, загальна кількість країн, що приймали участь 60. Україна посіла 53 місце за показником інноваційного розвитку. За продуктивністю праці Україна посіла 60 місце. На продуктивність праці впливає велика кількість показників, такі, як застосування технологій, вмотивованість, розуміння процесу та інші. Вмотивованість особи до виконання певного виду діяльності включає в себе задоволення від роботи, рівень винагороди, що в Україні мають також низькі показники. За ефективністю освіти Україна посіла 28 місце, порівняно з іншими показниками, це можна вважати успіхом. [13]

За даними «Global Innovation Index» в 2018 році Україна зайняла 43 місце, яке обумовлене підвищенням коефіцієнта ефективності інновацій (відповідно рівня інноваційної ефективності до ресурсного використання), за останні два роки Україна піднялась на 13 позицій. Це свідчить про розвиток інноваційної

сфери. Якщо оперуватися даними «Global Innovation Index», то можна сказати, що країна в порівнянні з іншими роками поступово покращує свій інноваційний клімат.[14]

Відповідно до «Стратегії інноваційного розвитку до 2030 року» Україна має свої переваги в інноваційному розвитку.

- Висока ємність ринку

- Якісна освіта

- Людський капітал

Основні перешкоди до інноваційного розвитку:

- Недосконалість політичного та бізнес середовища

- Низько розвинена інфраструктура[13]

Отже, основна перевага України заключається в людському капіталі, основні недоліки заключаються в політичній та бізнес системах.

На 2018 рік в Україні вже були створені 40 індустріальних парків, 26 наукових центрів, 16 технопарків, 22 інноваційних центрів, стартап-школи та інші установи. В останні роки в Україні все почали приділяти більше уваги інноваційному розвитку.[13]

Креативна економіка в Україні також поступово розвивається, з'являється нові підприємства, що зорієнтовані на творчість та креатив. У великих містах, таких, як Київ, Львів, Запоріжжя, Одеса, Харків поступово створюються творчі кластери, що займаються розвитком креативної індустрії в Україні. В.Я Чевганова та Л.А Свистун стверджують, що для України є конче необхідним є сталий розвиток міст та креативних сфер, для підвищення привабливості України для життя.[14]

В європейських країнах все більше й більше уваги приділяють розвитку креативної економіки, намагаються підтримувати креативність населення та потуги до інноваційності.

Важливим є те, що креативна економіка в Україні тільки почала розвиватися, а складна економічна ситуація впливає негативно на її розбудову. Складність економічної ситуації обумовлена багатьма чинниками: корупція,

знос основного обладання, підвищення рівня монополії, великий розрив між класами, відсутність великої кількості малих та середніх підприємств, політична нестабільність, низька продуктивність праці, застаріння основного устаткування, а в останні роки карантинні обмеження в зв'язку з поширенням COVID-19 також негативно впливають на розвиток економіки країни. Проте виходячи з вище сказаного, можна зробити припущення, що креативна економіка може внести свій вклад у розвиток економіки країни за допомогою свого розвитку. Цей сектор може створити нові робочі місця, примножувати бюджет в країні.[14]

Для розвитку креативної індустрії на території України необхідно підійти комплексно.

Зі сторони держави необхідні такі дії, як :

- створення сприятливої нормативно-правової атмосфери для суб'єктів господарювання, що зайняті в креативній сфері;
- реалізація дій з розвитку інноваційної інфраструктури та розширення зв'язків з закордонними вченими, винахідниками, митцями;
- підвищення рівня популярності української мови та культури серед українців;
- створення місць в містах призначених для розбудови творчої діяльності, розвитку креативної індустрії;
- покращення якості освіти;
- розробку та поширення навчальних матеріалів з підвищення рівня обізнаності населення в питаннях ведення малого та середнього бізнесу;
- налагодження зв'язків між університетами та установами та організаціями, як бізнес сектору так і творчого сектору;
- зниження податкового навантаження на оплату праці та доходи для приватних підприємців та самозайнятих осіб та інші.

Виходячи з досліджень та національних особливостей українців, то можна вважати, що в Україні є певний перелік таких сфер, що будуть конче продуктивні в розбудові:

- Декоративно-прикладне мистецтво. Воно багате та різноманітне, до нього входять глиняні вироби, розпис, вишивка, різблення по дереву, вироби з лози та інші. Характерною рисою декоративно-прикладного мистецтва є традиційність та стриманість, що має тісний зв'язок з розвитком суспільства України.

- Сценічне мистецтво. Український театр відійшов від провінційності та меншовартості, почав розвиватися активно фестивальний рух, перезавантажили Спілку театральних діячів України.[16]

- Moda. Українська мода розвивається. З 10 по 16 вересня 2021 року українські бренди модного одягу 91LAB, Elenareva, Kachorovska atelier, FOWERINI представили свої роботи на тижні моди в Нью-Йорку. «Український модний альянс» існує для популяризації української моди в світі.[17]

- Туризм. Україна багата на прекрасні місця, такі як Асканія нова, гора Говерла, Чорне море та інші. Туризм України має великі перспективи в розвитку. Цікавим для відвідувачів можуть бути не тільки природні прекраси країни, а й культурні пам'ятки, на які багата Україна.

- Музика. Українська музика активно розвивається і стає популярною закордоном. BBC News Україна в 2016 році видали статтю «Sold out: 10 українських музикантів, яким це вдалося» до нього ввійшли Гурт Stone Jesus , етно-колективі «ДахаБраха» , гурт Andrew Bear, дуєт Zapaska , гурт Cold Comfort, фолк-виконавець Sasha Boole, блек-метал гурт Drudkh, гурт Гайдамаки, гурт Ot Vinta , виконавець Make Like A Tree , група ONUKA. Ці музичні представники української музики стали відомим та популярними закордоном, вони розвивають та поширюють українську музику та культуру.[18]

- ІТ сфера. Як і в інших країнах ІТ сфера активно розвивається.

Розглянемо певні проблеми в розвитку креативної сфери. Проблеми полягають у відсутності розуміння важливості культурної та креативної сфери для населення та економіки, відсутність розуміння як заробляти на творчості, відсутність теоретичної бази, відсутність законодавчої бази.

Розвиток креативної економіки пов'язаний з розумінням людей, що таке культура та креатив, на скільки вони важливі для самовираження та самоідентифікації. Україна має певні проблеми в цьому питанні після виходу з СРСР після дій з асиміляції. Це означає, що Україна повинна направити певну кількість ресурсів на підтримання та відродження культури. Щодо креативу та розвитку креативної економіки, то необхідно стимулювати розвиток економіки країни та підтримувати мале та середнє підприємництво.

Розвиток креативної економіки матиме свій вплив на Україну. За допомогою розвитку нового сектору з'являться нові робочі місця, підвищиться рівень самозайнятості осіб та кількість малих та середніх підприємств. Новий сектор економіки принесе в бюджет нові кошти, тобто рівень ВВП збільшиться. В розвинених країнах креативна економіка розвивається, швидкість розвитку якої має показники вище середніх. Україна має слідувати за прогресивними країнами і на їх прикладі вносити свої корективи в економічну та політичну ситуації. З розвитком креативної економіки, економіка в Україні також зміниться. Особливості креативної економіки можуть бути перейняті для інших секторів економіки. Це означає поширення нового бачення в вирішеннях проблем, покращення процесу генерації новітніх ідей, поширення інновацій та інше. Якість життя також покращиться з розвитком економіки та культури. Певна кількість людей матимуть можливість заробляти на життя використовуючи свої творчі здібності, це допоможе в розвитку культури та економіки.

Вплинути на розвиток культури та креативу можна почавши заохочення до творчості з дитинства. Підвищення статусу творчості – перехід від звичайного низькооплачуваного хобі до професійної діяльності. В європейських країнах оплата праці творчих професій є вище середнього показника. Також необхідно оновити підхід до навчання. Прогресивні навчальні заклади світу виховують відкритість, цілеспрямованість, впевненість у своїх студентів. Маючи такі особливості характеру особи можуть відкривати

свої таланти та реалізувати їх по повній. Спрямованість на розуміння себе та практичні навички виховують успішних людей.

Державна програма зі зменшення податкового навантаження на сфери креативної економіки допоможуть в її розбудові. Також держава може провести стимулювання до покупки національних товарів в середині країни, наприклад, зменшення податку на додану вартість, поширення популярності українських товарів через рекламу, ярмарки, концерти.

Державна повинна передбачати захист креативних сфер у кризовий період, тобто створювати антикризові програми.

Запозичення закордонного досвіду буде корисним для України в даному питанні, наприклад, спільні проекти між Україною та Європейськими країнами.

Креативні особи мають можливість реалізовувати свої проекти з використанням запозичених коштів, створюючи стартапи та представляючи їх на різних платформах, де можна залучити інвестора. Залучити кошти для реалізації свого проекту можна декількома способами, основні з них: краудфандинг, кредит в банку, виграти грант, знайти особистого інвестора,

Креативний підприємець повинен мати такі якості, як: обізнаність в своїй сфері, наявність, знань, вмінь, навичок, досвіду, ця особа повинна мислити нестандартно, вміти знаходити інноваційні рішення, повинна розуміти сутність проблем які вирішує, мати сучасні знання, розуміти сучасні методи, акумулювати інформацію, постійно розвиватися та навчатися, вміти комунікувати з людьми різного темпераменту, мати певні знання в соціальній психології.[4]

Залучення молоді країни до креативної економіки є досить привабливим, адже вона досить стрімко розвивається в світі і не потребує надто великих матеріальних затрат. Найважливішим в даному випадку є наявність знань та ідей у особи. Це допоможе в зменшенні рівня безробіття.

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПРОЕКТУ В МЕЖАХ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

2.1 Актуальність створення бізнес-проектів та підприємств в межах креативної індустрії України

Креативна економіка в країнах Європи активно розвивається. Темпи її розвитку є вище середніх. [6]

Розвиток економіки призводить до створення нових робочих місць, покращенню умов життя та розвитку населення. На території України ця сфера може стати чудовою альтернативою в розвитку економіки країни, адже основним ресурсом являється креатив та творчість працівників, а не обладнання та інші матеріальні ресурси, які на даний момент в Україні перебувають в занедбаному стані, а точніше, обладнання застаріле, технології застарілі, продуктивність праці мала [19 -20].

Для розвитку креативної індустрії на території України необхідно підійти комплексно. Держава несе відповідальність за розбудову економіки країни. Уряд країни має піти за прикладом високорозвинених країн Європи – приділити увагу розбудові креативного сектору.

Україна багата на культури, історію, природу, а отже творчий та культурний потенціал країни великий. Це можна використати для розвитку економіки та покращення умов життя для українців.

Креативна економіка має ряд переваг: вона є джерелом появи нових технологій та відкриттів; спричиняє інноваційний розвиток економіки; забезпечує розвиток у сферах комунікацій, глобальних знань; спричиняє появу нових методів управління людськими ресурсами; формує новий порядок при взаємодії учасників ринкових відносин; генерує нові знання та ідеї, генерує новий прибуток, створює нові робочі місця, збільшує випуск продукції,

модернізує процеси виробництва та продажу, створює нові ринки, відроджує та популяризує культуру, забезпечує зростання торгівлі, підвищує продуктивність праці та інше[21]. Креативна економіка вже відіграє важливу роль для України в протистоянні кризи.

Тимофій Милованов - президент Київської школи економіки, в час презентації на тему «Креативні індустрія: вплив на розвиток економіки України», що відбулася 10.04.2021 року, повідомив, що:

«Креативна економіка – це сьогодні 3,9% всієї валової доданої вартості, 3,8% зайнятості, 30% експорту всіх послуг, 30% на рік середньорічне зростання за три роки, 1 гривня капіталовкладень у креативну індустрію генерує 1,9-3,2 грн у ВВП. Це дуже великий показник. Це схожі речі з інфраструктурою, а інфраструктура вважається найбільш важливим місцем для капіталовкладень держави», - сказав Милованов.

Інформацію взято з мультимедійної платформи іномовлення «УКРІНФОРМ»[22].

Також Т. Милованов зазначив, що дана галузь може стати передовою галуззю в Україні. Отже, креативна економіка в Україні виступає одним зі шляхів розвитку економіки та подоланню кризи.

Валова додана вартість креативної індустрії України зростає. Розглянемо рис. 2.1.1 - Валова додана вартість Креативної індустрії України за 2013-2019рр.

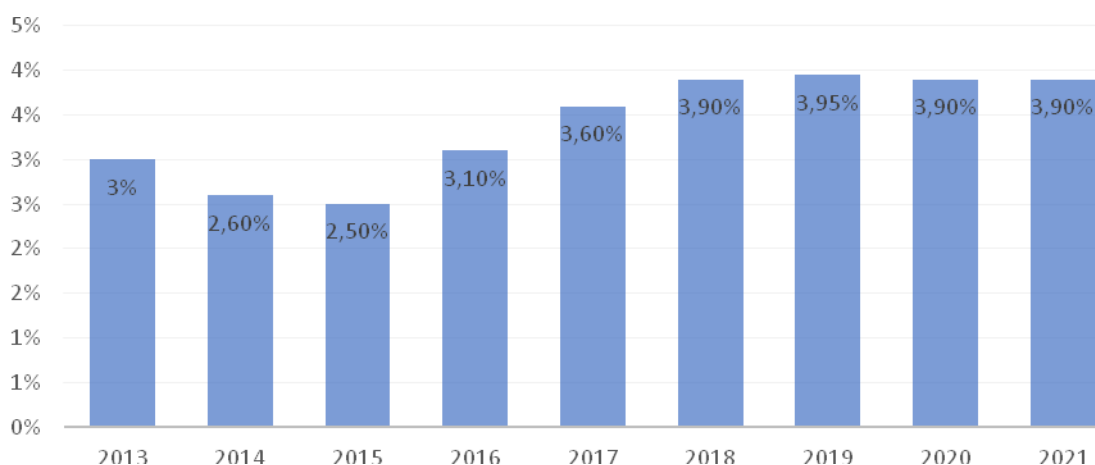


Рис. 2.1.1 - ВДВ Креативної індустрії України за 2013-2019рр.

Джерело: презентація Т. Милованова «Креативні індустрія: вплив на розвиток економіки України», звіту Міністерства культури та інформаційної політики України «Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України»[22 - 23].

З рис.2.1.1 ми спостерігаємо, що розмір валової доданої вартості з 2015 року почав підвищуватись, а останні роки має один з найбільших показників 3,9% від загальної валової доданої вартості України.

В 2019 році ВДВ КІ України становить 117,2 млрд грн, в 2018 році цей показник дорівнює 97 млрд грн. Це свідчить про збільшення креативної індустрії країни. Розглянемо структури ВДВ креативної індустрії України за 2019 рік звернувшись до рис. 2.1.2 – Структура ВДВ Креативної індустрії України за 2019р.

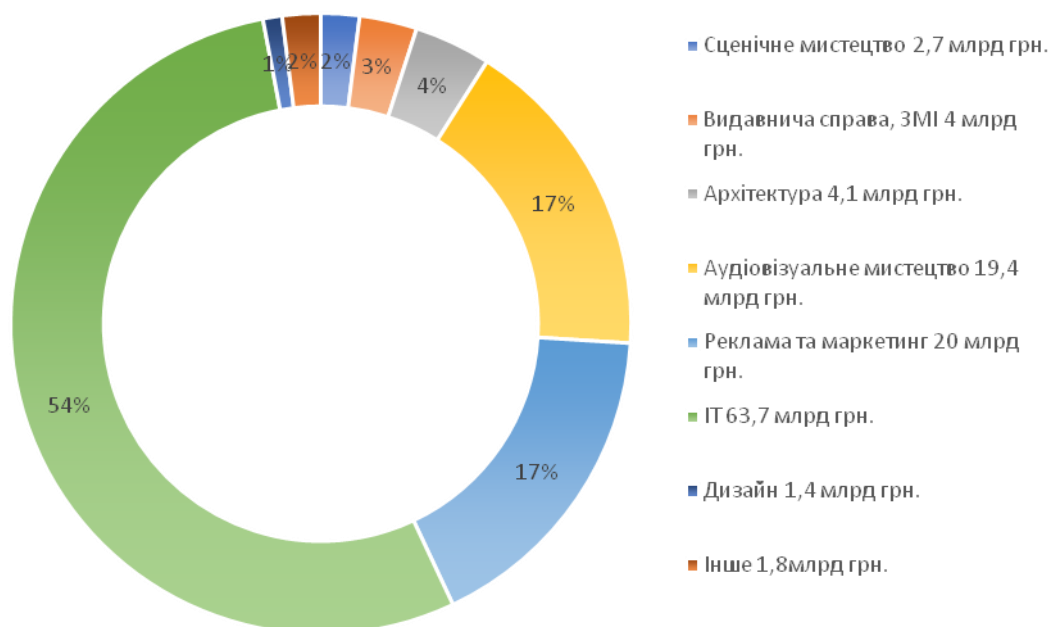


Рис. 2.1.2 - Структура ВДВ Креативної індустрії України за 2019 рік.

Джерело : побудовано автором на основі звіту Міністрства культури та інформаційної політики України [23].

Виходячи з даного рис. 2.1.2 найбільшою сферою креативної індустрії України є ІТ, вона принесла для країни ВДВ 63,7 млрд грн в 2019 році. Далі по величині йдуть аудіовізуальне мистецтво та сфера реклами та маркетингу, що займають по 17% ВДВ в креативній індустрії України.

Кількість фірм, що зайняті в креативній економіці в Україні зростає, про це свідчить звіт Міністрства культури та інформаційної політики України, «Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України»[23]. Розглянемо рис 2.1.3 – Кількість фірм креативної економіки України за 2019 рік.

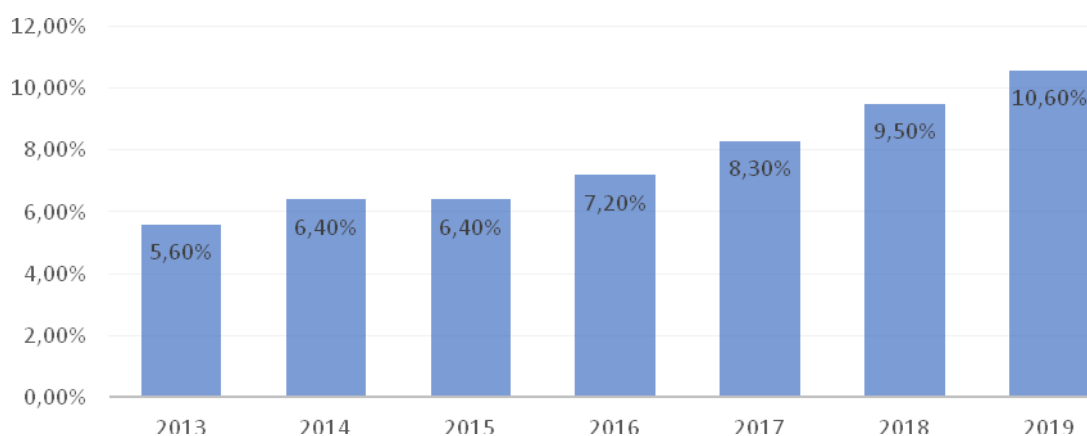


Рис 2.1.3 – Кількість фірм креативної економіки України за 2019 рік.

Джерело: побудовано автором на основі звіту Міністрства культури та інформаційної політики України [23].

Починаючи з 2013 року кількість фірм, що зайняті в креативній індустрії зростає. В 2019 році кількість фірм зайняті в креативній економіці становить 10,6% від загальної кількості фірм України.

Зростання кількості фірм, зростання ВДВ з креативної індустрії, розвиток ІТ – це все свідчить про розвиток креативної індустрії України та актуальності створення підприємство, проектів, бізнес-проектів в креативній економіці.

2.2 Організаційно-економічний аналіз створення власного бізнес-проекту в сфері креативної економіки

Суть пропонованого проекту: Створення майстерні з виготовлення настільних ігор з дерева під замовлення.

Повний статут проекту знаходиться в додатку А.

Причини ініціалізації проекту:

Креативна індустрія в Україні розвивається. Основний ресурс, що є необхідним для підприємства в креативній індустрії – це людський потенціал, творчість та кератив, матеріальні ресурси відходять на другий план. За прогнозами керативна індустрія України може стати передовою в Україні. Даний час є ідеальним для початку своєї справи пов'язаної з творчістю. Ідея – виготовлення настільних ігор з дерева під замовлення з унікальним дизайном.

Є декілька переваг цієї ідеї:

1. Настільні ігри підвищили свою популярність за період карантинних обмежень в Україні

2. Виготовлення з дерева, а не з пластику виявляє нашу турботу про екологію.

3. Унікальний дизайн приваблює споживачів через можливість самовираження, самоідентифікації, вираження культурною приналежності, слідуванні за трендами, наприклад модернізація гри «Морський бій» під мультсеріал «Рік та Морті», виготовлення гри «Краснолюдський покер» з відеогри «Відьмак 3» і тому подібне.

4. Товари цієї індустрії мають більшу вартість, в порівнянні з іншими товарами на ринку, бо в їх виготовленні було задіяно творчі ресурси людей

Сутність запропонованої ідеї полягає в тому, щоб:

1. Зменшення кількості безробітних.

2. Внести свій вклад в розвиток керативної сфери.

3. Поширити популярність креативних сфер в Україні.

4. Виготовляти екологічно спрямовану продукцію.
5. Реалізувати свій творчий потенціал.

Розглянемо зміст проекту.

Місія проекту: Зняти в оренду на термін від 1 року виробниче приміщення під виробництво та зберігання настільних ігор з дерева площею 70-75 м² зі справною електрикою, наявністю робочого санітарного вузла та системи вентиляції, з сигналізацією або охороною на території міста Суми, за ціну не вище за середню вартість подібного майна в місті Суми до 04.04.2022 року.

Загальні цілі проекту:

1. Зняти в оренду виробниче приміщення, що відповідає вимогам проекту.
2. Створити дизайн-план приміщення.
3. Облаштувати виробниче приміщення відповідно до дизайн-плану.
4. Виготовити настільну гру.

Цінність проекту полягає в налагодженні виробничого процесу, масштабуванні та пришвидшенні процесу виробництва, збереженні заготовок та готової продукції, створенні творчого середовища.

Зовнішнє оточення проекту складається з політичного, економічного, соціального, науково-технічного, культурного, екологічного, та правового оточення.

Креативна індустрія в Україні розвивається, дивлячись на те, що представлена «Стратегія розвитку інноваційної діяльності на період до 2030 року» можна зробити припущення, що в майбутньому для креативного сектору уряд виконає ряд дій на підтримку.[20] Зараз ця сфера є доволі перспективною та має позитивні прогнози на майбутнє.

Стан економіки в цілому впливає на розвиток креативної індустрії через рівень інфляції, стабільність валюти, розвиненість банківської системи.

Креативне підприємництво бажано починати з орієнтацією не тільки на національний ринок, а й на закордонний, для того, щоб забезпечити бізнесу від

негативних проявів в національній економіці. Орієнтація на закордонні ринки допоможе підприємству принести більше коштів.

Також прослідковується така тенденція, що в країнах СНГ, люди не звикли платити кошти за товари творчості, наприклад за музику, кіно, серіали, картинки, це в свою чергу пов'язано з менталітетом, пере налаштування якого затребує багато часу. В країнах Європи та Америці люди звикли платити більше коштів за товари творчості. Це є ще однією причиною орієнтації на збут товару закордон[24].

Головними учасниками проекту є ініціатор, замовник, інвестор, керівник, команда проекту.

Внутрішнє середовище проекту складається з демократичного стилю управління, склад команди – 2 особи, процес комунікацій усно та письмово, через телекомунікації. Проект має свої забезпечення та обмеження.

На рис 2.2.1. переглянемо процес переходу з вхідного до вихідного стану проекту, з врахуванням забезпечення та обмежень.

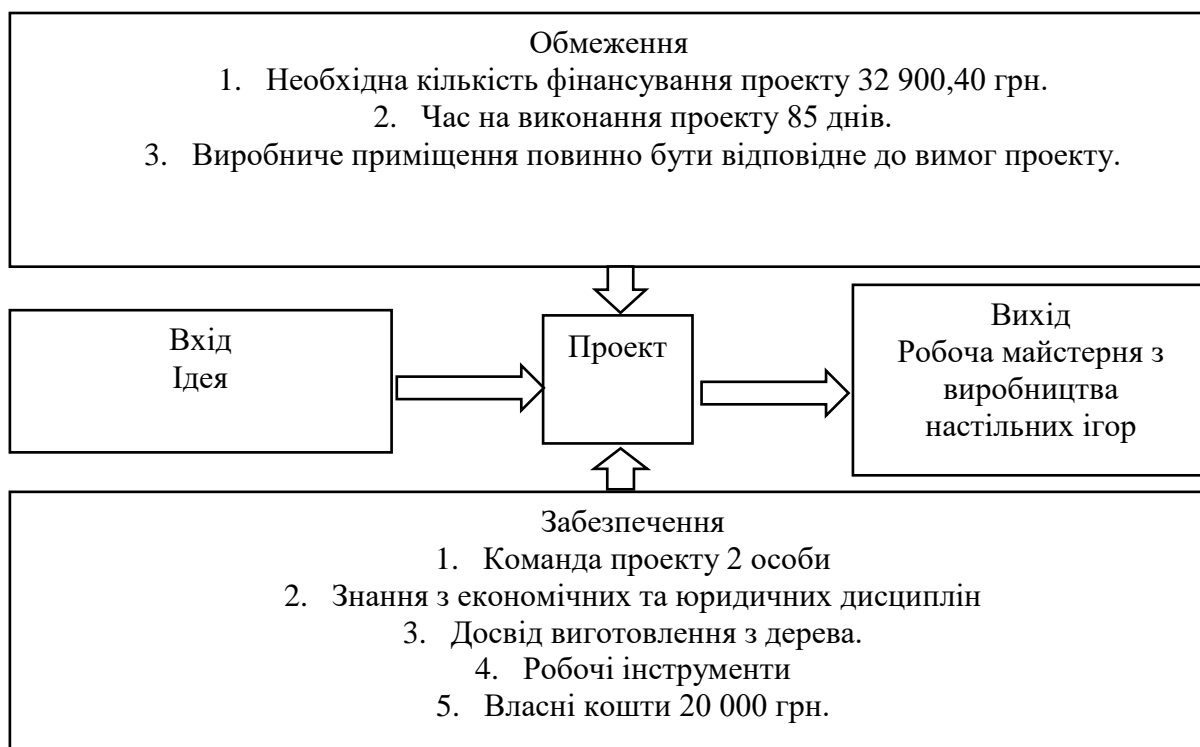


Рис. 2.2.1 - Процес переходу з вхідного до вихідного стану проект

Джерело: розроблено автором на основі власного проекту.

Виходячи з даної інформації бачемо, що у проекта недостатнє фінансування і необхідно шукати шляхи в залучення нових коштів.

Термін для реалізації проекту є достатнім. Розмір робочої команди становить 2 особи, команда малих розмірів, склад команди все передбачений. Знання з економічних та юридичних дисциплін є корисними при створенні бізнес-проектів, це можна вважати перевагою. Також перевагою є досвід з виготовлення товарів з дерева та забезпеченість основними робочими інструментами.

Для розуміння послідовності виконання робіт розглянемо ієрархічну структуру виконання робіт по проекту. Ієрархічна структура робіт зображена на рис. 2.2.2.

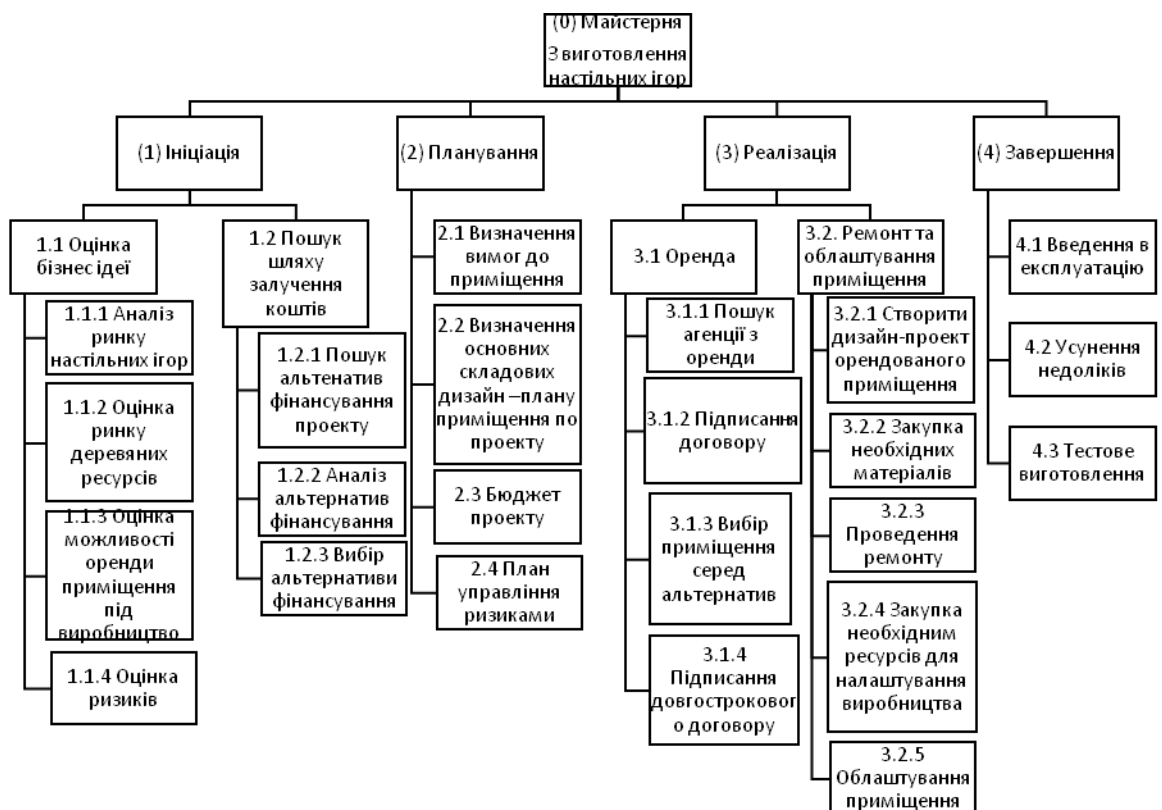


Рис. 2.2.2 – Ієрархічна структура робіт

Джерело: розроблено автором на основі власного проекту.

Всі роботи поділені за блоками: ініціація, планування, реалізація, завершення. Виконання робіт по блокам йде послідовно. Початком виконання проекту вважається оцінка бізнес ідеї, кінцем проекту вважається задовільне тестове виготовлення першої гри.

Розглянемо декомпозицію робіт по проекту, що зображена в табл. 2.2.1.

Таблиця 2.2.1

Декомпозиція робіт проекту

Результати декомпозиції	Робота, год.
Найменування ресурсу – Член команди №1	Передбачені год.-520 hrs
1.1.1 Аналіз ринку настільних ігор	16 hrs
1.1.2 Оцінка ринку дерев'яних ресурсів	16 hrs
1.1.3 Оцінка можливості оренди приміщення під виробництво	40 hrs
1.2.2 Аналіз альтернатив фінансування	40 hrs
1.2.3 Вибір альтернативи фінансування	8 hrs
2.1 Визначення вимог до приміщення	24 hrs
2.3 Планування управління ризиками	32 hrs
2.4 Бюджет проекту	16 hrs
3.1.1 Пошук агенції з оренди	24 hrs
3.1.3 Вибір приміщення серед альтернатив	240 hrs
3.1.4 Підписання договору довгострокової оренди	0 hrs
3.2.1 Створення дизайн-проекту орендованого приміщення	8 hrs
3.2.3 Проведення ремонту	12 hrs
3.2.4 Закупка необхідних ресурсів для налаштування виробництва	20 hrs
4.2 Усунення недоліків	16 hrs
4.3 Тестове виготовлення	8 hrs
Результат декомпозиції	Робота, год
Найменування ресурсу – Член команди №2 (виконує функції керівника команди)	Передбачені години -461,04 hrs
1.1.4 Оцінка ризиків	56 hrs

Результати декомпозиції	Робота, год.
1.2.1 Пошук альтернатив фінансування	40 hrs
2.2 Визначення основних складових дизайн-плану приміщення по проекту	16 hrs
3.1.1 Пошук агенції з оренди	24 hrs
3.1.2 Підписання договору на пошук приміщення	0 hrs
3.1.3 Вибір приміщення серед альтернатив	240 hrs
3.1.4 Підписання договору довгострокової оренди	0 hrs
3.2.1 Створення дизайн-проекту орендованого приміщення	8 hrs
3.2.2 Закупка необхідних матеріалів	7,92 hrs
3.2.3 Проведення ремонту	7,92 hrs
3.2.4 Закупка необхідних ресурсів для налаштування виробництва	13,2 hrs
3.2.5 Облаштування приміщення	16 hrs
4.1 Введення в експлуатацію	8 hrs
4.2 Усунення недоліків	16 hrs
4.3 Тестове виготовлення	8 hrs
Результат декомпозиції	Робота, грн.
Найменування ресурсу - Фінанси	Загальна вартість - 32 900,40 грн.
3.1.2 Підписання договору	2 000,00 грн.
3.1.4 Підписання договору довгострокової оренди	2 800,00 грн.
3.2.2 Закупка необхідних матеріалів	3 000,00 грн.
3.2.4 Закупка необхідних ресурсів для налаштування виробництва	32 900,40 грн.

Джерело: розроблено автором на основі власного проекту.

Декомпозиція робіт дозволяє відслідковувати відповідальних осіб по проекту, а також відслідковувати вартість виконання певних складових ієрархічної структури робіт. Оплата праці членів команди на момент реалізації проекту не відбувається, вони працюють на безоплатній основі. Основні

фінансові витрати йдуть на підписання договорів та закупку необхідних ресурсів. Фінансові витрати припадають на етап реалізації проекту.

Контрольними точками проекту є

1. «Оцінка бізнес ідеї» - Звіт з проведених досліджень. 20.01.2022.
2. «Вибір альтернативи фінансування» - Звіт по альтернативним джерелам фінансування. 28.01.2022.
3. «Бюджет проекту» -Бюджет. 10.02.2022.
4. «Договір з агенцією з пошуку нерухомості» - Договір про співпрацю. 15.02.2022.
5. «Договір довгострокової оренди» - Договір оренди. 17.03.2022.
6. «Облаштування приміщення» - готове виробниче приміщення. 29.03.2022.
7. «Тестове виробництво» - успішно виконане тестове виробництво. 04.04.2022.

В основному необхідні ресурси – людські ресурси. В період реалізації проекту є необхідність в залученні фінансових ресурсів. Розглянемо календарний план по етапам проекту, що знаходиться в таблиці 2.2.2.

Таблиця.2.2.2

Календарний план по етапам проекту

№	Найменування етапів, основний зміст робіт	Результати робіт, документ, підтверджуючий виконання робіт етапу	Строки виконання («початок»-«кінець»)	Вартість етапу (грн.)
1	Ініціація	Звіт по оцінці бізнес ідеї. Звіт з альтернативних джерел фінансування.	10.01.2022-28.01.2022	Власний внесок

№	Найменування етапів, основний зміст робіт	Результати робіт, документ, підтверджуючий виконання робіт етапу	Строки виконання («початок»-«кінець»)	Вартість етапу (грн.)
2	Планування	Бюджет проекту	31.01.2022-10.02.2022	Власний внесок
3	Реалізація	Підписаний договір одовгострокової оренди на виробниче приміщення.	11.02.2022-29.03.2022	32 900,40 грн.
4	Завершення	Задовільне пройдене тестове виробництво.	30.30.2022-04.04.2022	Власний внесок

Джерело: розроблено автором на основі власного проекту.

Загальна тривалість проекту 85 днів, з урахуванням вихідних днів. Найдовший етап – Реалізація. Це обумовлено договором з агенції по пошукам нерухомості, який в переважній більшості триває 30 днів. Також Етап реалізації є єдиним етапом, що потребує фінансових ресурсів.

Передбачений термін завершення проекту 04.04.2022.

«Детальний календарний план» знаходиться в додатку Б. З нього ми можемо побачити, що в проекті є 5 днів – резерви часу, обумовлені парамельним виконанням певних робіт по проекту. Резерви часу позначені окремим стовпчиком в «Детальному календарному плані».

Бюджет проекту можна переглянути в додатку В.

Розмір витрат на реалізацію проекту без врахування резерву становить 29 900,40 грн., розмір резерву 3000,00 грн, що становить близько 10% від розміру

витрат на реалізацію проекту. Загальна вартість витрат на реалізацію проекту дорівнює 32 900,40 грн.

Передбачаються щомісячні витрати після реалізації проекту у розмірі 27 598,40 грн. Розмір постійних з них становить 23 500,00 грн.

У проекті важливим є план управління якістю – це все, що стосується якості та орієнтоване на задоволення внутрішніх потреб проекту. Розглянемо таблицю 2.2.3, щоб переглянути значення критеріїв продукту по результатам проекту.

Таблиця 2.2.3.

Значення критеріїв по результатам проекту

№	Зацікавлені Сторони	Продукт проекту		Результат проекту	
		Критерії	Значення критеріїв	Критерії	Значення критеріїв
1	Члени команди №1, №2	Майстерня знаходиться в м. Суми Виробниче приміщення відповідає передбаченим вимогам Доступ до ресурсів	Зручно та швидко добиратися до Майстерні. Приміщення передбачені до виробництва. Швидкий доступ до ресурсів.	Місце розташування, саме виробниче приміщення.	Зручне місце розташування. Підвищення продуктивності праці та якості продукції через гарно налагоджену систему виробництва.
2	Споживачі	-	-	Проблема проведення вільного часу, самовираження, проблема підбору подарунку.	Виготовлення індивідуального замовлення

№	Зацікавлені Сторони	Продукт проекту		Результат проекту	
		Критерії	Значення критеріїв	Критерії	Значення критеріїв
3	Орендодавці	-	-	Оренда	Здача приміщення на довгий строк
4	Працівники	Місце роботи	Поява місця роботи	Виробництво продукції	Отримання заробітної плати
5	Громада	-	-	Відкриття ПП Зайнятість населення	Зменшення безробіття Отримання податків
6	Постачальники	Кількість матеріалів, що ми в них замовимо для ремонту та облаштування	Кошти що вони отримають	Кількість матеріалів, що ми замовимо для виробництва	Кошти, які вони будуть отримувати на постійній основі

Джерело: розроблено автором на основі власного проекту.

В даній таблиці відображені дані, щодо вимог та передбачень основних стейкхолдерів до реалізації проекту.

Проект передбачає створення гарних умов для виробництва. Важливим є дотримання правил безпеки та ергономічних норм при підборі та облаштуванні приміщення.

Вимогами до приміщення є:

1. Площа 70 м².
2. Наявність санітарних умов.
3. Задовільність протипожежних вимог.
4. Наявність системи охорони.

Контроль по якості виконання самого проекту відбувається з проведенням поточних перевірок відповідно до контрольних точок по проекту, зазначених в таблиці 2.2.2. Перевірка якості по закупкам відбувається в порівнянні з планом закупівель.

Щодо команди проекту, то вона складається з 2-х осіб. Кількість комунікаційних каналів становить в середині проекту 1. Тобто, $2*(2-1)/2=1$. За умов, що до проекту залучиться інвестор, то кількість каналів комунікації підвищиться до 3. На момент співпраці з аутсорсером кількість каналів становитиме 3.

Організація з пошуку та оренди приміщень є аутсорсером. Організаційна структура проекту буде такою, як зображено на рис.2.2.3.

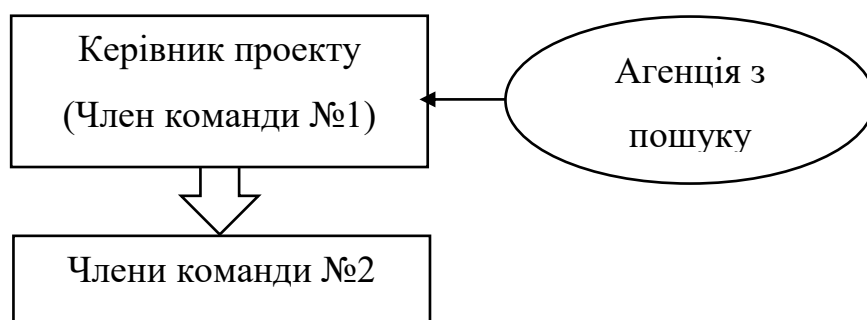


Рис.2.2.3 - Організаційна структура проекту

Джерело: розроблено автором на основі власного проекту.

Лінійна організаційна культура проекту, з тимчасово залученою функціональною структурою. Проект за розмірами – малий. Команда проекту мала.[25]

Член команди №1 працює 520 годин в проекті.

Член команди №2 працює 461,04 години в проекті.

В додатку Г знаходиться матриця відповідальності .

Член команди №1 відповідає за прийняття рішень, спілкування з зацікавленими сторонами та планування проекту. Член команди №2

відповідальний за виконання завдань, збирання та аналізування інформації, проведення звітів.

До кожної роботи по проекту назначений відповідальний та виконавець.

Важливим є процес управління комунікаціями проекту. План управління комунікаціями знаходиться в додатку Д. План управління комунікаціями відображає передачу інформації від шифрувальника до одержувача. Важливою є періодичність передачі повідомлень та форма. Так по проекту письмова інформація буде використана в майбутньому для формування архіву і подальшому її використанні.

План управління постачальниками в проекті створюється для контролю процесу закупівель. З даним планом можна ознайомитись в додатку Ж. Там визначені основні вимоги до об'єктів закупівлі. Постачальниками виступають такі організації, як: КУБ, ВІСТА, Монпасье, Епіцентр, Лібраріум, Дніпро М[26-31].

У будь якому проекті є свої ризики. Необхідним є на початку планування передбачити найвагомші ризики та скласти план по управлінню ризиками, щоб убезпечити проект від провалу. Повний план управління ризиками знаходиться в додатку З. Ризик «Не знайти оптимальне приміщення» є найважливішим для проекту, бо виробниче приміщення є основною складовою в успішній реалізації проекту, стратегія подолання цього ризику – передача ризику на агенцію з пошуку нерухомості.

РОЗДІЛ 3. СТАРТЕГІЧНІ РІШЕННЯ В БІЗНЕС-ПРОЕКТАХ В МЕЖАХ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

3.1 Економічно важливі дані власного бізнес-проекту

Даний проект в кінцевому варіанті повинен створити Майстерню для виробництва настільних ігор з дерева. Основні економічні дані, що є важливими при реалізації проекту занесені в таблицю 3.1.1.

Таблиця 3.1.1

Основні економічні дані по проекту

Показник	Значення
Загальна вартість проекту	32 900,40 грн.
Грошовий резерв	3 000,00 грн.
Вартість проекту без врахування резерву	29 900,40 грн.
Власні кошти	20 000,00 грн.
Необхідний розмір додаткових фінансів	12 900,40 грн.
Щомісячні витрати при роботі Майстерні, дані взято з бюджету проекту.	27 598,40 грн.
Постійні щомісячні витрати, дані взято з бюджету проекту.	23 500,00 грн.
Загальна тривалість виконання проекту	85 днів.
Загальна тривалість передбачених робіт члена команди №1	520 год.
Загальна тривалість передбачених робіт члена команди №2	461,4 год.
Кількість членів команди	2

Кількість комунікаційних каналів	1
----------------------------------	---

Джерело: дану таблицю зроблено на основі власного проекту.

Загальна вартість проекту становить 32 900,40 грн. 20 000,00 – власні кошти, передбачені на реалізацію проекту. 12 900,40 грн – розмір коштів, що необхідно залучити. На вирішення цієї проблеми передбачений 1 етап, 1.2 підпункт з Ієрархічної структури робіт проекту, що знаходиться в рис.2.2.2. Результатом діяльності в цьому етапі буде «Звіт з додаткових джерел фінансування».

Дослідимо питання собівартості виготовлення настільної гри на прикладі гри «Нарди».

Для виробництва гри необхідна певна кількість ресурсів. Звернімося до таблиці 3.1.2, щоб переглянути ресурси для виробництва гри «Нарди»

Таблиця 3.1.2

Собівартість гри «Нарди»

Назва матеріального ресурсу	Ціна за одиницю	Необхідна кількість	Грошові витрати на виробництво гри
Фанера 6 мм	700,00 грн.	8%	56,00 грн
Масло льону	200,00 грн.	10%	20,00 грн.
Акрилова фарба	15,00 грн.	100%	15,00 грн.
Лак для покриття	70,00 грн.	35%	24,50 грн.
Завіси	7,00 грн.	2шт.	14,00грн.
Закрилки	5,00 грн.	2шт.	10,00 грн.
Витрати на оплату праці	477,00 грн	100%	477,00 грн.
Амортизація від реалізації проекту	32 900,40 грн	1%	329,00грн.

Всього			945,50грн.
--------	--	--	------------

Джерело: дану таблицю зроблено на основі власного проекту.

Отже, собівартість гри «Нарди» становить 945,50 грн.

Розрахуємо точку беззбитковості за формулою.

Приклад формули:

$$Q = FC / (P - AVC) \quad (3.1)$$

де Q — точка беззбитковості (обсяг продажів);

FC- сума постійних видатків; P- ціна за одиницю продукції;

AVC- змінні видатки на одиницю продукції.

Ціна за 1 гру «Нарди» становить 2 000,00грн.

Розрахунки:

$$Q = 23\,500,00 / (2\,000 - 945,50) = 23 \text{ гри.}$$

Точка беззбитковості становить 23 гри. При такій кількості сукупний дохід буде дорівнювати сукупним витратам. Отже, кожного місяця бажано виготовляти і продавати від 23 ігор. Дана кількість проданого товару буде покривати й витрати на реалізацію самого проекту.

Дивлячись на дані по амортизаційним відрахуванням, можна дійти висновку, що з темпами продажу від 23 ігор кожного місяця проект окупиться через 4 місяці.

Я обрала даний спосіб амортизаційних відрахувань, щоб мати можливість вкладувати більшу кількість чистого прибутку в розвиток Майстерні та мати запас часу на окупність процесу реалізації проекту.

Прибуток від реалізації 1 гри «Нарди» становить 1 054,50 грн.

Після 100 перших проданих одиниць амортизаційні відрахування від реалізації проекту будуть дорівнювати 0,00 грн. за таких умов прибуток від реалізації однієї гри збільшиться на 329,00 грн. і становитиме 1 383,50 грн.

Звернімося до таблиці 3.1.3, та проглянемо ціни на аналогічні товари на ринку.

Таблиця 3.1.3

Вибірка цін на гру «Нарди»

Місце збуту	Характеристика	Ціна
ФАМА інтернет магазин подарунків.	Матеріал – американський оріх. Країна виробник – Греція. Бренд Manopoulos. Ручний розпис. Розмір 48*26 см. Вага 2,2 кг.	7 440,00 грн.
Планета ігор	Вказана інформація лише про кількість кубиків: 15 світлих та 15 темних кубиків, а також 2 ігрових кубики.	475,00 грн.
Розетка	Перша в рейтингу знаходиться гра в Нарди, що упакована в кейс, Матеріал – дерево та пластик. Країна виробник Китай.	2 446,00 грн
Праздник shop	Поєднання гри Нарди, шахи та шашки. Матеріал: бамбук.	356,00 грн
Скриня	Виготовлення під замовлення. Матеріал: сосна. Розміри 31*15 см.	450,00 грн.
ETSY	Найменш дорога робота на цьому сайті. Матеріал: Натуральна сосна, фанера з берези. Ручна робота.	44,00 дол.
1001rich.com .ua	Нарди-картина 95*80 см. Ісус бореться з Дияволом. Ручна	23 000,00 грн

Джерело: зроблено автором на основі власного дослідження цін на аналогічні ігри[32-39].

ГАМА інтернет магазин подарунків – онлайн-бутик оригінальних подарунків, продають брендовані товари. Орієнтовані на людей з достатками вище середніх. Вказана в таблиці вартість за найдешевшу гру «Нарди» на їх сайті. Найбільш вартісна гра в нарди KADUN – НАРДИ «ВОЇН» вартістю 139 910,00 грн. Це означає, що в виробництві настільних ігор є приклади успішних бізнесів, які вартують наслідування[32].

Проглянувши інформацію по цінам на ігри «Нарди», стало відомо, що ціна на дану настільну гру коливається від 356,00 грн й до 140 000,00 грн. Тобто діапазон досить великий.

В основу розрахунку ціни на настільну гру лягло два методи:

1. Витратний метод – в ціну враховано всі витрати пов'язані з виробництвом товару, це є мінімальною вартістю за яку ми можемо продати гру.

2. Ринковий метод – метод, що враховує попит та пропозицію на ринку. Тобто підвищення вартості до 2 000,00 грн. відбулося на основі аналізу ринку на аналогічні товари.

Вартість в 2000,00 грн орієнтована на людей з середнього класу.

Гарною можливістю для розвитку креативного підприємства є вихід на міжнародний ринок, бо він має набагато більші розміри ніж на території України.

Щляхи виходу на міжнародний ринок є різними: можна створити інстаграм та фейсбук сторінки з орієнтацією на мешканців Європи та Америки, відсилати поштою; можна створити магазин на платформі ETSY, що призначена для продажу творчих товарів по всьому світі; можна почати співпрацю з відрмими блогерами та продавати через них; можна створити свій сайт та проплатити рекламу.

Оптимальний шлях до продажу настільних ігор в даному випадку – продаж через платформу ETSY. Покупцями виступають американці, канадці та європейці. Дана платформа розрахована на те, що товар йде до свого покупця близько 1 місяця. Перевагою є безкоштовний початок співпраці на даній платформі, отже вона не потребує додаткових витрат и може принести прибутки більші ніж на інших платформах в Україні[35]

Отже, загальні витрати по реалізації проекту становлять 32 900,40 грн. Собівартість гри з врахуванням амортизаційних відрахувань на покриття процесу реалізації проекту та заробітної плати дорівнює 945,50 грн. Точка безбитковості після реалізації проекту – 23 гри. Період окупності 4 місяці. Також реалізація товару відбувається з орієнтацією на закордонний ринок.

3.2 Управління ризиками в межах власного бізнес-проекту

Будь який проект пов'язаний з ризиками. Проекти в межах креативної економіки не відрізняються від інших більшою чи меншою кількістю ризиків.

В таблиці 3.2.1 знаходиться інформація про ризики проекту зі створення Майстрені для виробництва настільних ігор з дерева.

Таблиця 3.2.1

Ризики проекту

№	Ризик	Можливі наслідки	Ймовірність	Загроза	Очікувана величина ризику
1	Перевищення термінів та вартості	Затагування реалізації проекту, збільшення вартості проекту.	30%	4	1,2
2	Не знайти оптимальне приміщення	Неможливість реалізувати даний проект	30%	9	2,7
3	Недостаність фінансових ресурсів	Збільшення термінів реалізації проекту	40%	5	2
4	Локдаун в країні	Ускладнення в реалізації проекту.	99%	4	3,9
5	Збільшення цін на необхідні ресурси	Збільшення вартості проекту. Збільшення собівартості продукції.	70%	4	2,8
6	Несправна робота обладнання	Затагування реалізації проекту, збільшення вартості проекту.	10%	6	0,6

Джерело: збудовано автором на основі власного проекту.

Перевитрати термінів та вартості проекту можуть спричинити затримку реалізації проекту. Ризик «Не знайти оптимальне приміщення» має великий негативний вплив на проект, адже є основною складовою в реалізації проекту.

Найбільша очікувана величина ризику від локдауну в країні. Даний ризик може спричинити затримку в реалізації проекту, проте бізнес середовище в Україні почало підлаштовуватися під нові карантинні умови і цей ризик має не виконаний рівень загрози. Збільшення цін на обладнання та устаткування потребує постійного моніторингу та контролю цін на ринку. А ризик несправної роботи обладнання пов'язаний з якістю придбаного обладнання.

Переглянувши перелік ризиків проекту звернімося до плану реагування на ризики в таблиці 3.2.2.

Таблиця 3.2.2

План реагування на ризики

№	Опис	Категорія	Ймовірність	Наслідок	Пріоритет	Стратегія	Автор виявлення ризику	Відповідальний	Дата ідентифікації	Дата останньої зміни	Статус
1	Не знайти оптимальне приміщення	Територіальний	30 %	Неможливість реалізувати даний проект	1	Передачі ризику	ЧК№ 1	ЧК№ 1	03.02.2022	03.02.2022	Помірний
2	Перевищення термінів та вартості	Індивідуальний	30 %	Затагування реалізації проекту, збільшення вартості проекту.	2	Запобігання та контроль	ЧК№ 2	ЧК№ 2	04.02.2022	04.02.2022	Помірний

Продовж. Табл.3.2.2

№	Опис	Категорія	Ймовірність	Наслідок	Пріоритет	Стратегія	Автор виявлення ризику	Відповідальний	Дата ідентифікації	Дата останньої зміни	Статус
3	Недостаність фінансових ресурсів	Індивідуальний	40 %	Збільшення термінів реалізації проекту	3	Запобігання та контроль	ЧК№ 2	ЧК№ 2	05.02.2022	05.02.2022	Помірний
4	Локдаун в країні	Територіальний	99 %	Ускладнення в реалізації проекту.	4	Прийняття	ЧК№ 2	ЧК№ 2	06.02.2022	06.02.2022	Помірний
5	Збільшення цін на необхідні ресурси	Соціальний	70 %	Збільшення вартості проекту. Збільшення собівартості продукції.	5	Прийняття	ЧК№ 1	ЧК№ 1	07.02.2022	07.02.2022	Помірний
6	Несправна робота обладнання	Індивідуальний	10 %	Затагування реалізації проекту, збільшення вартості проекту.	6	Запобігання	ЧК№ 2	ЧК№ 2	08.02.2022	08.02.2022	Прийнятний

Джерело: зроблено автором на основі власного проекту.

Отже, Ризик «Не знайти оптимальне приміщення» частково переноситься на агенцію з пошуку оренди приміщень

Перед початком реалізації проекту до кожного можливого ризику назначається відповідальний, що повинен моніторити появу даного ризику і в момент його появи виконати ряд дій по запобіганню негативного впливу.

3.3 Вибір стратегії управління бізнес-проектом в межах креативної економіки

Управління бізнес-проектом в межах креативної економіки є однією із складових його успішного виконання.

Для управління проектом необхідно розуміти його сутність, користь для споживачів. Ідея проекту зі створення Майстерні з виробництва настільних ігор заключає в собі такі вигоди для користувача, як: розвиток логічного мислення, розвиток стратегічного мислення, проведення часу в компанії з друзями, підвищення рівня згуртованості в колективі на роботі. Настільні ігри мають свої напрямки застосування, такі, як: проведення часу з дітьми, проведення часу з друзями, ігри на роботі для створення дружньої атмосфери.

Ринок настільних ігор в світі розвивається та зростає, так наприклад за 2019 рік попит на настільні ігри в США зріс на 8%, а лідерами по продажу настільних ігор виступають США, Німеччина, Велика Британія[40].

Отже, креативна економіка розвивається, попит на настільні ігри росте, творчість та креатив починають цінувати на ринку. Можна зробити припущення, що бізнес-проект має шанси на успіх.

За даними Google trends бачемо, що попит на настільні ігри з 2015 по 2020 роки постійно зростає. Також цей попит має свої коливання протягом року. В листопаді попит на настільні ігри на території України починає зростати до грудня, потім, з березня попит на настільні ігри починає падати і до наступного листопада залишається без явних змін. Такі коливання попиту пов'язані зі зміною погоди - стає холодніше і люди більше часу починають проводити вдома, а також починається період свят і настільні ігри використовують в якості подарунку. [41].

Отже, необхідно відслідковувати коливання на настільні ігри і готуватися до збільшення попиту на початку листопаду при майбутній роботі Майстерні.

Важливи є відсутність явних обмежень при входу на ринок настільних ігор чи в межі креативної економіки. Відповідно до прогнозів розвитку економіки України, в майбутньому держава ймовірно піде на зустріч підприємцям зайнятих в креативній економіці і створить комфортні умови для ведення бізнесу[20].

Щодо сертифікації товару, то такої необхідності немає.

Виходячи з ідеї бізнес-проекту, то можна сказати, що вона є конкурентоспроможною. Звернімося до таблиці 3.3.1, щоб переглянути основні фактори конкурентоспроможності проекту.

Таблиця 3.3.1

Обґрунтування факторів конкурентоспроможності.

№	Фактор конкурентоспроможності	Обґрунтування
1	Матеріал – екологічно безпечний (дерево, фанера, масло льону, акрилова фарба).	Виробництво з турботою про навколишнє середовище.
2	Продаж з використанням інтернет звязку.	Охоплення широкої аудиторії людей, формування власного ринку та середовища.
3	Врахування ергономічних параметрів при виробництві	Зручні у використанні.
4	Легка у обслуговуванні.	Не потребує від клієнтів додаткових зусиль при зберіганні товару.
5	Орієнтація на споживачів з достатками вище середніх.	Задоволення потреб споживачів з достатками вище середніх потребують індивідуального підходу, який є невідомою частиною нашого процесу виробництва
6	Виготовлення під замовлення з врахуванням всіх побажань.	Самовираження та самоідентифікація є важливими для суспільства, створення чогось за замовленням задовільняє ці дві потреби.
7	Виготовлення настільних ігор за власним дизайном	Виробництво ігор з новим дизайном, в новому вигляді.

Джерело: зроблено автором на основі власного бізнес-проекту.

Бізнес-ідея є конкурентоспроможною, бо ринок росте, попит на настільні ігри зростає, поширення екологічного виробництва стає все більш актуальним.

Базова стратегія конкурентної поведінки – формування конкурентних переваг. Стратегія диференціації продукту. Це означає, що бізнес ідея передбачає спеціалізацію на виробництві особливої продукції. Важливим є створення такого продукту, що дозволить зайняти ринкову нішу де конкуренція є низькою[42].

Ключовими цінностями проекту зі створення Майстерні є виготовлення якісного товару. В межах креативної економіки будь який товар конкурує поміж інших на ринку, тільки креативна ідея не зацікавить споживачів, якість ресурсів, якість реалізації ідеї, якість роботи та самого товару є важливими елементами виробництва та продажу.

В межах креативної економіки обслуговування клієнтів також повинно бути на високому рівні. Інноваційний товар вимагає поважного поводження до клієнтів – це створює імідж та бренд організації і допомагає в розвитку креативної економіки через створення сприятливого клімату.

Важливим є корпоративна культура у креативних підприємств. Еталонами з побудови правильної корпоративної культури є Google, Zappos.[43-44].

Творчість вимагає багато уваги та сил. Для того, щоб створити новий, інноваційний товар необхідно постійно вчитися та розвиватися, а отже важливим є і відпочинок, і середовище в якому працює людина. Креативне підприємство обов'язково повинно створювати гарні умови праці та взаємодії працівників в середині та зовні організації.

В моєму проекті передбачена кількість членів команди -2 особи. Це маленька команда. Перевагою таких команд є високий рівень співпраці та обміну думками. Наступним етапом в встановленні робочої команди є збільшення її кількості відповідно до потреб розвитку майстерні.

Ціль проекту створити Майстреню, що займається вузькоспеціалізованої продукції для національного та закордонного ринків.

Принципи, що повинні бути присутні при реалізації проекту та подальшому існуванні Майстерні:

1. Дисциплінованість – послідовне чітке виконання дій, сталість цінностей, довгострокових цілей, дотримання стандартів та обраної методики.

2. Емпірична творчість – покладання на власний досвід, висновки після експериментів на статистичні дані, покладання на пряме спостереження.

3. Виробнича параноя – готовність до будь яких обставин. Цей принцип говорить, що треба працювати гарно в будь яких обставинах, не залежно від зміни зовнішніх умов, ніколи не переоцінювати свої сили, захищати своє підприємництво, робити працівників задоволеними від роботи.

Стратегії в вирішенні певних питань про проекту підібрані з урахуванням особливостей проекту та повинні найкраще задовольняти всі вимоги.

Створення власного бізнес-проекту у сфері креативної економіки є перспективною справою. Так як креативна індустрія в Україні розвивається, креативне населення має можливість реалізувати свій творчий потенціал, надаючи йому статус основного місця роботи, а не оплачуваного хобі.

ВИСНОВКИ

Отже, креативна економіка розвивається в світі. Основними особливостями її є використання знань, інтелекту та творчості й інноваційний розвиток. Передбачає, що людина повинна вміти вирішувати нестандартні проблеми, використовувати оригінальні підходи в своїх працях, постійно поповнювати багаж знань та вмінь, генерувати нові ідеї, відходити від стандартних схем, вміти швидко та нестандартно мислити.

Креативна економіка вносить свої зміни в розвиток світової економіки через зміну процесу прийняття рішень та підходів до роботи.

Креативна економіка задовольняє соціальні та культурні потреби людей. Також вона є тією частиною економіки, що здатна зберегти певну цінність для майбутніх поколінь, розповісти певну історію, що стосується нашого сьогодення.

Лідером в розвитку креативної економіки є Велика Британія. В 1998 році в цій країні уряд почав активно розвивати креативну індустрію. Представник Британської ради з питань «креативної економіки» Джон Ньюбігін ще в 2010 році зазначив, що розвиток технологій впливає на розвиток креативних сфер діяльності людей, і не дивно, що в 2021 році ІТ сфера є найбільшою сферою креативної економіки і дана тенденція прослідковується по всьому світу. Кількість людей зайнятих у креативній економіці росте кожного року.

Україна також розвивається в даному напрямку. Україна багата на культури, історію, природу, а отже творчий та культурний потенціал країни великий. Це можна використати для розвитку економіки та покращення умов життя для українців.

Перевагою для нашої країни є велика ємність ринку, якісна освіта, наявність людського капіталу. Недоліками України в питання розвитку креативної індустрії є: недосконалість політичного та бізнес середовища,

низькорозвинена інфраструктура. Україна має спрямувати певні ресурси на побудову сприятливих політичних та економічних умов для розбудови малого та середнього підприємництва.

Важливим є підвищення статусу культури та творчості в очах українців.

Залучення молоді країни до креативної економіки є досить привабливим, адже вона досить стрімко розвивається в світі і не потребує надто великих матеріальних затрат. Найважливішим в даному випадку є наявність знань та ідей у особи. Це допоможе в зменшенні рівня безробіття.

Мій бізнес проект в межах креативної економіки передбачає створення майстерні для виробництва настільних ігор з дерева.

Ринок настільних ігор в світі розвивається та зростає, так наприклад за 2019 рік попит на настільні ігри в США зріс на 8%, а за даними Google trends бачемо, що попит на настільні ігри з 2015 по 2020 роки постійно зростає.

Позитивний ефект від запропонованої ідеї полягає в тому, щоб: зменшення кількості безробітних, внести свій вклад в розвиток креативної сфери, поширити популярність креативних сфер в Україні, виготовляти екологічно спрямовану продукцію, реалізувати свій творчий потенціал. Дане креативне підприємництво бажано починати з орієнтацією не тільки на національний ринок, а й на закордонний, для того, щоб забезпечити бізнесу від негативних проявів в національній економіці.

Кількість необхідних коштів для реалізації даного проекту дорівнює 32 900,40 грн. Наступні щомісячні постійні витрати дорівнюють 23 500,00 грн.

Загальна тривалість виконання проекту 85 днів. Точка беззбитковості 23 гри. Період окупності 4 місяці. Прибуток від реалізації гри 1 054,50 грн. Ціна гри 2000,00 грн.

Базова стратегія конкурентної поведінки – формування конкурентних переваг. Стратегія диференціації продукту.

Розвиток та поширення креативної економіки в Україні допоможе в збільшенні кількості середнього класу, розбудові підприємницької діяльності та покращенні рівня життя населення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ушкаренко Ю.В, Чмут А.В, Синякова К.М. Креативна економіка: сутність поняття та значення для України в умовах європейської інтеграції. Економіка і суспільство.2018.випуск №18. С 67-71.
2. Howkins, J. The creative economy: How people make many from ideas. Hasło: analiza strukturalna. Retrieved from encyklopedia.pwn.pl Howkins, J. (2001).
3. Noga M., Krawiec M. CONCEPTUALIZING CREATIVE ECONOMY 2017,№1 p. 127-137.
4. Мержвинська А.М. Дослідження суті креативної економіки та тенденцій і проблем її розвитку в сучасних умовах. Проблеми системного підходу в економіці. 2016. №1(55). С. 125-129.
5. Букацелі А.В. Креативне підприємництво як ресурс економіки. Ефективна економіка. 2018.№6.
6. The future of the creative Economy. A report by Deloitte.2021.
7. Rybarova D.Creative industry as a key creative component of the Slovak economy. Globalization and its Socio-Economic Consequences. 2019 №74 с. URL <http://10.1051/shsconf/20207403009> (дата звернення 04.12.2021).
8. Чмут А.В., Синякова К.М., Грицина В.В. КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ НІМЕЧЧИНИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ. СХІДНА ЄВРОПА: ЕКОНОМІКА, БІЗНЕС ТА УПРАВЛІННЯ 2019. Випуск №4 (21) С. 48-53.
9. Newbigin, J. Creative and Cultural Economy. 2010, p.23
10. Budget Speech 2021 URL:<https://www.gov.uk/government/speeches/budget-speech-2021>(дата звернення 04.12.2021).
11. Covid-19 support, Arts Council England URL: <https://www.artscouncil.org.uk/covid19> (дата звернення 29.11.2021).

12. Гудима Л. О. Креативна економіка: світовий досвід та виклики для України в межах кризових перетворень. Глобалізаційні процеси в економіці. 2020. №5. С. 100 -106.

13. Стратегія розвитку інноваційної діяльності на період до 2030 року. Схвалено від 10 липня 2019р. №526-р. URL: <http://view.officeapps.live.com/op/view>.

14. Tracking Innovation through the COVID-19 Crisis . Global Innovation Index2021. 2021.№14.URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2021.pdf(Дата звернення 03.12.2021)

15. Чевганова В.Я., Введенська А.В., Заплава О.Ю., Креативна економіка: світовий досвід та уроки для України. Економіка та управління підприємствами.2018.№19.С.680-688.

16. Ліцкевич Ол. Український театр за 30 років: як змінився та чого чекати у майбутньому.2021.URL: <https://suspilne.media/156471-ukrainskij-teatr-za-30-rokiv-ak-zminivsa-ta-cogo-cekati-u-majbutnomu/> (Дата звернення 05.12.2021)

17. Українські модні бренди будуть представлені на тижні моди в Нью-Йорку.2021. URL: <http://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3311442-ukrainski-modni-brendi-budut-predstavleni-na-tizni-modi-u-nujorku.html> (Дата звернення 05.12.2021)

18. Лебедь Р. Sold out: 10 українських музикантів, яким це вдалося. BBCNEWS Україна. 2016. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/society/2016/01/151124_top_artists_rl

19. Chevhanova V. Ya., Svystun L. A. Creative economy as the basis of integrated development of Ukrainian cities. 2017.№3.С. 58-69.

20. Цілі сталого розвитку та України. Урядовий портал. URL: <http://www.kmu.gov.ua/diyalnist/cili-stalogo-rozvitku-ta-ukrayina> (дата звернення 05.12.2021)

21. Пакуліна а.а., Белоглазова к.в, Пакуліна г.с. розвиток креативної економіки в умовах протистояння глобальній кризі. Економіка та управління національним господарством. 2019. №3(14).С.76-82.

22. Миланов Т. Креативна економіка в Україні зростає пропри коронавірус. Мультимедійна платформа іномовлення України Укрінформ. 2021. URL: <http://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3225001-kreativna-ekonomika-v-ukraini-zrostaє-propri-koronavirus-milovanov> (дата звернення 04.12.2021)

23. Ніколаєва О., Онопрієнко А., Таран Св., Шоломицький Ю., Яворський П. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України. 2020.С.8-16.

24. Циган Р. М. Зеленська В.В. перспективи розвитку експорту та імпорту в Україні.2017.URL:<http://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/12/514.pdf> (дата звернення 05.12.2021)

25. Методи управління людськими ресурсами при формуванні команд мультипроектів та програм: монографія/Н. В. Доценко,Л.Ю. Сабашко, І.В. Чумаченко; за заг ред. І.В.Чумаченко; Харків. Нац. Ун-т міськ. Госп-ва ім. О.М. Бекетова, 2015.-201с.

26. Мережа магазинів Librarium URL: <https://vv.ua/librarium/> (дата звернення 15.11.2021)

27. Будівельний магазин КУБ URL: <https://sumy.kub.in.ua/> (дата звернення 19.11.2021)

28. Епіцентр Суми URL: <https://epicentrk.ua/ua/shop/sumy/> (дата звернення18.11.2021)

29. Мережа будівельно-господарчих маркетів ВІСТА URL: <https://vistamarket.in.ua> (дата звернення18.11.2021)

30. Магазин товарів для творчості МОНПАСЬЄ URL: <https://monpasie.com.ua/uk/> (дата звернення17.11.2021)

31. Салон майстерності Дніпро М. URL: <http://dnipro-m.ua> (дата звернення 17.11.2021)

32. Інтернет магазин подарунків FAMA URL: <http://fama.ua/p/nardy-voyn-ot-kadun-10653> (дата звернення 01.12.2021)
33. Планета ігор URL: <http://planeta-igr.com/nardy-bolshie> (дата звернення 27.11.2021)
34. Маркетплейс rozetka URL: <https://rozetka.com.ua/nastoljnye-igry-i-golovolomki/c98280/> (дата звернення 19.11.2021)
35. Міжнародна торгівельна площадка ETSY URL: <https://www.etsy.com/?Ref=lgo> (дата звернення 19.11.2021)
36. Інтернет-магазин Hand Made — SKRYNYA.UA URL: <https://skrynya.ua/16971> (дата звернення 17.11.2021)
37. Інтернет магазин prazdnikshop URL: <https://prazdnik-shop.com.ua> (дата звернення 17.11.2021)
38. Розумна дошка безкоштовних оголошень OBYAVA.ua URL: <https://obyava.ua/ua> (дата звернення 15.11.2021)
39. Інтернет магазин 1001rich.com.ua. URL: <https://1001rich.com.ua/ua/nardi?Sort=p.price&order=DESC> (дата звернення 17.11.2021)
40. Настільні ігри як важливий спосіб пізнання світу | БУЧАНСЬКІ НОВИНИ URL:<https://www.buchanews.com.ua> (дата звернення 18.11.2021)
41. Онлайн аналіз URL: <https://trends.google.ru/trends/?Geo=UA> (дата звернення 17.11.2021)
42. Кошелупов І.Ф. Система конкурентних стратегій підприємства. Вісник соціально-економічних досліджень. №36.С.90-96.
43. Леонова О. Корпоративна культура Google: як компанії утримують своїх найкращих працівників. Hurma.2019. URL: <http://hurma.work/ru/blog/korporativnaya-kultura-google-kak-v-kompanii-uderzhivayut-luchshih-sotrudnikov/>(дата звернення 17.11.2021)
44. Інтернет магазин Zappos. URL: <http://www.zappos.com/about/> (дата звернення 17.11.2021)

ДОДАТКИ
ДОДАТОК А

Таблиця Д.2.1

Статут проекту

Статут проекту	
Дата створення: 29.11.2021	Номер документа №1
Організація (замовник): СумДУ	
Номер та назва: Статут проекту №1	
Автор документа: Вовченко В.Р.	
Місце знаходження оригіналу документа: Вовченко В.Р.	
Точність наведеної числової інформації $\pm 20 - \pm 35\%$	
<p>1. Причини ініціалізації проекту (визначення проблеми, яка буде розв'язана за допомогою продукту проекту та підстави для ініціалізації проекту в організації).</p> <p>Креативна індустрія в Україні розвивається. Основний ресурс, що є необхідним для підприємства в креативній індустрії – це людський потенціал, творчість та кератив, матеріальні ресурси відходять на другий план. За прогнозами керативна індустрія України може стати передовою в Україні. Даний час є ідеальним для початку своєї справи пов'язаної з творчістю. Ідея – виготовлення настільної ігор з дерева під замовлення з унікальним дизайном.</p> <p>Є декілька переваг цієї ідеї:</p> <p>5. Настільні ігри підвищили свою популярність за період карантинних обмежень в Україні.</p> <p>6. Виготовлення з дерева, а не з пластику виявляє нашу турботу про екологію.</p> <p>7. Унікальний дизайн приваблює споживачів через можливість самовираження, самоідентифікації, вираження культурною приналежності, слідкуванні за трендами, наприклад модернізація гри «Морський бій» під мультсеріал «Рік та Морті», виготовлення гри «Краснолюдський покер» з відеогри «Відьмак 3» і тому подібне.</p> <p>8. Товари цієї індустрії мають більшу вартість, в порівнянні з іншими товарами</p>	

на ринку, бо в їх виготовленні було задіяно творчі ресурси людей.

2. Сутність запропонованої інноваційної ідеї та спосіб її використання для розв'язання конкретної.

Сутність запропонованої ідеї полягає в тому, щоб:

6. Зменшення кількості безробітних.
7. Внести свій вклад в розвиток керованої сфери.
8. Поширити популярність креативних сфер в Україні.
9. Виготовляти екологічно спрямовану продукцію.
10. Реалізувати свій творчий потенціал.

3. Мета проекту.

Специфічність: Зняти в оренду терміном від 1 року та облаштувати приміщення під виробництво та зберігання настільних ігор з дерева.

Вимірна: Зняти в оренду виробниче приміщення площею 70-75 м² зі справною електрикою, наявністю робочого санітарного вузла та системи вентиляції, з сигналізацією або охороною на території міста Суми.

Узгодженість: Знайти виробниче приміщення та зняти його в оренду за ціну не вище за середню вартість подібного майна в місті Суми.

Реалістична: Зняти в оренду оптимальне приміщення, з урахуванням ціни, місця знаходження, площі та інших вимог.

Обмежена в часі: Знайти та облаштувати виробниче приміщення для виготовлення настільних ігор до 03.2022 року.

4. Очікувані вигоди проекту

Для замовника та реалізатора проекту (передбачено одна особа) – місце роботи, реалізація творчого потенціалу.

Для споживачів – екологічний продукт виготовлений з дерева, фанери, акрилових фарб, олійне та, або воскове покриття, металеві елементи для скріплення.

Для громади – зменшення рівня безробіття, розбудова культурного та творчого клімату в громаді.

Для постачальників – новий споживач.

Для орендодавців – новий споживач.

Для країни – розвиток креативної економіки, принесення податків, збільшення кількості працюючих.

5. Обмеження проекту

1. Створення переліку вимог до виробничого приміщення (2 дні).
2. Пошук виробничого приміщення за допомогою агенції 1 місяць (підписання

договору на довгий період).

3. Створення дизайн-проекту приміщення (1день)
4. Ремонт та облаштування приміщення (3 дні)
5. Пробне виробництво (1 день)

Пропонований час на реалізацію проекту 4 місяці.

6. Завдання та продукти проекту, критерії їхнього досягнення.

Завдання	Продукти	Критерії досягнення
Написати основні вимоги до виробничого приміщення.	Вимоги до виробничого приміщення (з обов'язковими та бажаними критеріями).	Затвердження вимог замовником проекту.
Почати співпрацю з агенцією по пошуку нерухомості в м. Суми.	Договір.	Підписаний договір.
Орендувати виробниче приміщення.	Приміщення.	Підписання договору про оренду.
Розробити дизайн-проект виробничого приміщення.	Проект приміщення	Проект що відповідає ергономічним показникам розташування обладнання та меблів.
Реалізувати дизайн-проект виробничого приміщення .	Виробниче приміщення що відповідає дизайн-проекту.	Відповідність план факт по дизайн-проекту, можливі відхилення тільки в позитивну сторону.
Запустити пробне виробництво.	Виробництво 1 настільної гри.	Процес виробництва є зручним, для кожного етапу є відповідне місце, яке оптимально облаштоване і робить процес виробництва легким, швидким та зручним.

7. Межі (зміст) проекту.

1. Вимоги до приміщення.
2. Пошук агенції з оренди.
3. Вибір приміщення й підписання договору.
4. Створення дизайн-проекту приміщення .
5. Реалізація дизайн-проекту приміщення.
6. Пробне виробництво.

8. Допущення та ризики проекту

1. Відсутність оптимального варіанту по виробничим приміщенням в м. Суми.
2. Зависокі ціни на оренду виробничих приміщень в м. Суми.
3. Перевитрати бюджету.
4. Неякісна робота агенції з нерухомості.
5. Завищені вимоги орендодавця до використання приміщення.
6. Форм мажор.
7. Новий штамп коронавіруса.

Можливості

1. Поява інвестора.
2. Закупівля матеріалів та обладнання по низьким цінам
3. Оренда виобничого приміщення по низьким цінам.

ДОДАТОК Б

Таблиця Д. 2.2

Календарний план

Найменування роботи	Тривалість	Попередні роботи	Ранній початок	Ранній фініш	Пізній початок	Пізній кінець	Резерв в часу	Ресурс
Майстерня			10.01.202 2	04.04.202 2	10.01.202 2	04.04.202 2		
1.Ініціація	19		10.01.202 2	28.01.202 2	10.01.202 2	28.01.202 2	0	
1.1 Оцінка ідеї створення майстерні	11		10.01.202 2	20.01.202 2	10.01.202 2	20.01.202 2	0	
1.1.1 Аналіз ринку настільних ігор	2		10.01.202 2	11.01.202 2	10.01.202 2	11.01.202 2	0	Член команди №2
1.1.2 Оцінка ринку інструментів по роботі з деревом	2	4	12.01.202 2	13.01.202 2	12.01.202 2	13.01.202 2	0	Член команди №2
1.1.3 Оцінка можливості оренди приміщення під виробництво	7	5	14.01.202 2	20.01.202 2	14.01.202 2	20.01.202 2	0	Член команди №2

1.1.4 Оцінка ризиків	9	4SS	10.01.202 2	18.01.202 2	10.01.202 2	18.01.202 2	2	Член команди №1
1.2Пошук шляху залучення коштів	8		21.01.202 2	28.01.202 2	21.01.202 2	28.01.202 2	0	
1.2.1Пошук альтернатив фінансування проекту	7	7;6	21.01.202 2	27.01.202 2	21.01.202 2	27.01.202 2	0	Член команди №1
1.2.2 Аналіз альтернатив фінансування	7	9SS	21.01.202 2	27.01.202 2	21.01.202 2	27.01.202 2	0	Член команди №2
1.2.3 Вибір альтернативи фінансування	1	10;9	28.01.202 2	28.01.202 2	28.01.202 2	28.01.202 2	0	Член команди №2
2. Планування	11		31.01.202 2	10.02.202 2	31.01.202 2	10.02.202 2	0	
2.1 Визначення вимог до приміщення	3	11	31.01.202 2	02.02.202 2	31.01.202 2	02.02.202 2	0	Член команди №2
2.2 Визначення основних складових дизайн-плану приміщення	2	13SS	31.01.202 2	01.02.202 2	31.01.202 2	02.02.202 2	1	Член команди №1

проекту								
2.3 Бюджет проекту	6	14;13	03.02.2022	08.02.2022	03.02.2022	08.02.2022	0	Член команди №2
2.4 План управління ризиками	2	15	09.02.2022	10.02.2022	09.02.2022	10.02.2022	0	Член команди №2
3. Реалізація	47		11.02.2022	29.03.2022	11.02.2022	29.03.2022	0	
3.1 Оренда	35		11.02.2022	17.03.2022	11.02.2022	17.03.2022	0	
3.1.1 Пошук агенції з оренди	5	16	11.02.2022	15.02.2022	11.02.2022	15.02.2022	0	Член команди №2 ;Член команди №1
3.1.2 Підписання договору на пошук приміщення	0	19	15.02.2022	15.02.2022	15.02.2022	15.02.2022	0	Член команди №1 ;Фінанси [2 000,00 ₪]
3.1.3 Вибір приміщення серед альтернатив	30	20	16.02.2022	17.03.2022	16.02.2022	17.03.2022	0	Член команди №2 ;Член команди №1

3.1.4 Підписання довгострокового ого договору оренди	0	21	17.03.2022	17.03.2022	17.03.2022	17.03.2022	0	Фінанси [2 800,00 €];Член команди №2 ;Член команди №1
3.2 Облаштування	12		18.03.2022	29.03.2022	18.03.2022	29.03.2022	0	
3.2.1 Створення дизайн-проект орендованого приміщення	1	22	18.03.2022	18.03.2022	18.03.2022	18.03.2022	0	Член команди №2 ;Член команди №1
3.2.2 Закупка необхідних матеріалів	3	24	21.03.2022	23.03.2022	21.03.2022	25.03.2022	2	Фінанси 3000,00 €];Член команди №1 [33%]
3.2.3 Проведення ремонт	3	24	21.03.2022	23.03.2022	21.03.2022	25.03.2022	2	Член команди №2 [50%];Чле н команди №1 [33%]
3.2.4 Закупка необхідних ресурсів для налаштування виробництва	5	24	21.03.2022	25.03.2022	21.03.2022	25.03.2022	0	Член команди №1 [33%]; [25100,00 €];Член команди №2 [50%]

3.2.5 Облаштування приміщення	2	27;25;26	28.03.202 2	29.03.202 2	28.03.202 2	29.03.202 2	0	Член команди №1
4. Завершення	6		30.03.202 2	04.04.202 2	30.03.202 2	04.04.202 2	0	
4.1 Введення в експлуатацію	1	28	30.03.202 2	30.03.202 2	30.03.202 2	30.03.202 2	0	Член команди №1
4.2 Усунення недоліків	2	30	31.03.202 2	01.04.202 2	31.03.202 2	01.04.202 2	0	Член команди №2 ;Член команди №1
4.3 Тестове виготовлення	1	31	04.04.202 2	04.04.202 2	04.04.202 2	04.04.202 2	0	Член команди №2 ;Член команди №1

ДОДАТОК В

Таблиця Д. 2.3.

Бюджет

№	Стаття	Пояснення	Сума (грн)
Людські ресурси			
1	Оплата праці членів команди	2 особи, Без оплати, особистий внесок	0
Оренда			4800
2	Вартість договору з агенцією оренди приміщень в м. Суми	Вартість і тривалість договору 2000 грн/місяць	2000
3	Вартість оренди приміщення	70м2 орієнтовано за ціною 40 грн за 1 м2 в м. Суми (за 1 місяць)	2800
Закупки (Видатки на устаткування та матеріали)			25100 ,4
4	Електричний лобзик	1 шт	1400
5	Гравер	1шт	1000
6	Фрезер по дереву	1 шт	1700
7	Лобзиковий станок	1 шт	3500
8	Шліфувальна машинка	1 шт	2000
9	Електрорубанок	1 шт	900
10	Циркулярний верстат	1 шт	5000
11	Дрель	1шт	2000
12	Шуруповерт	1 шт	1200
13	Фанера 6 мм	1 шт. 1525/1525/6мм сорт 1/2 ціна 335,53 грн	700
14	Масло льону	1шт	200
15	Акрилова фарба	20 шт різних кольорів об'ємом 30 мл ціною 15	300
1	Лак для покриття спреї	6 шт Лак - спреї 700 мм, ціною 70 грн	420

6			
1 7	Лак для покриття рідкий	8 шт. Ціною 30 грн.	240
1 8	Залізні кільця	48 шт залізних кілець діаметром 2,5 см ціною 10 грн	480
1 9	Завіси	24 шт. Ціною 7 грн.	168
2 0	Закрилки	12шт. Ціною 5 грн.	60
2 1	Кісточки для малювання	5 шт ціною 20 грн	100
2 2	Стіл	2 шт ціною по 1000 грн	2000
2 3	Стелаж	2 шт Стелаж металевий з полицями із ДВП 1500x700x300 мм оцинкований ціною 526, 20 грн	1052, 4
2 4	Захисні перчатки	2 шт Рукавички Delta Plus з покриттям нітрил М (8) WUAVE71308 ціною 75 грн	150
2 5	Захисні окуляри	2 шт Окуляри захисні Compass F-012-B (1) ціною 34 грн	68
2 6	Стілець	2 шт Табурет ІКЕА MARIUS Черный (101.356.59) ціною 231 грн	462
Щомісячні витрати			27598 ,4
2 7	Щомісячна плата за оренду приміщення	70м2 орієнтовано за ціною 40 грн за 1 м2 в м. Суми (за 1 місяць)	2800
2 8	Канцелярські вироби	ручки, папір	100
2 9	Вартість послуги Інтернет	Витрати на інтернет 1 місяць 140 грн	140
3 0	Оплата праці	2 штатні одиниці, заробятня плата в розмірі 10 000	20 000
3 1	Вартість реклами в інстаргам	вартість розміщення реклами в інстаграм	300

3 2	Вартість розміщення оголошень на ОЛХ	вартість розміщення оголошення 160 грн на місяці	160
3 3	Фанера 6 мм	1 шт. 1525/1525/6мм сорт 1/2 ціна 335,53 грн	700
3 4	Масло льону	1шт	200
3 5	Акрилова фарба	20 шт різних кольорів об'ємом 30 мл ціною 15	300
3 6	Лак для покриття спреї	6 шт Лак - спреї 700 мм, ціною 70 грн	420
3 7	Лак для покриття рідкий	8 шт. Ціною 30 грн.	240
3 8	Фарба спреї	8 шт.об'єм 400 мл. Матова, ціна за 1 66,3 грн.	530,4
3 9	Залізні кільця	48 шт залізних кілець діаметром 2,5 см ціною 10 грн	480
4 0	Завіси	24 шт. Ціною 7 грн.	168
4 1	Закрилки	12шт. Ціною 5 грн.	60
4 2	Інші витрати	витрати пов'язані з іграми	1000
5 1	Загальний розмір резерву	Розмір резерву проекту становить 10% від загальних витрат реалізації проекту	3000

ДОДАТОК Г

Таблиця Д. 1.4

Матриця відповідальності

Завдання	Відповідальні	
	Керівник команди	Член команди №2
1.1.1 Аналіз ринку подарункової продукції	П	ВН,В
1.1.2 Оцінка ринку інструментів по роботі з деревом	П	ВН,В
1.1.3 Оцінка можливості оренди приміщення під виробництво	П	ВН,В
1.1.4 Оцінка ризиків	ВН,В	К
1.2.1 Пошук альтернатив фінансування	ВН,В	К
1.2.2 Аналіз альтернатив фінансування	П	ВН,В
1.2.3 Вибір альтернативи фінансування	П	ВН,В
2.1 Визначення вимог до приміщення	П	ВН,В
2.2 Визначення переліку обладнання	ВН,В	К
2.3 Планування управління ризиками	П	ВН,В
2.4 Бюджет проекту	П	ВН,В
3.1.1 Пошук агенції з оренди	ВН,В	К
3.1.2 Підписання договору на пошук приміщення	ВН,В	К
3.1.3 Вибір приміщення серед альтернатив	ВН,В	К
3.1.4 Підписання договору про оренду приміщення	ВН,В	К
3.2.1 Створення дизайн-проект приміщення	П	ВН,В
3.2.2 Закупка необхідних матеріалів	ВН,В	К
3.2.3 Проведення ремонту	ВН,В	К
3.2.4 Закупка необхідного обладнання, матеріалів, сировини, меблів	ВН,В	К
3.2.5 Облаштування приміщення	ВН,В	К
4.1 Введення в експлуатацію	ВН,В	К
4.2 Усунення недоліків	П	ВН,В
4.3 Перший блокнот	ВН,В	К

Умовні пояснення характеризують умови участі в роботі:

ВН – відповідальний;

В – виконавець;

П – приймання робіт;

К – консультант

ДОДАТОК Д

Таблиця Д. 2.5

План управління комунікаціями проекту

№	Назва документа/ заходу	Формат і спосіб подання	Автор	Одержувачі	Періодичність
1	Звіт з аналізу ринку подарункової продукції	Письмова	Член команди №1	Член команди №2	1
2	Звіт з оцінки ринку інструментів по роботі з деревом	Письмова	Член команди №1	Член команди №2	1
3	Звіт з модливості оренди приміщень в м. Суми	Письмова	Член команди №1	Член команди №2	1
4	Звіт з оцінки ризиків	Письмова	Член команди №2	Член команди №2	1
5	Звіт з альтернатив фінансування	Письмова	Член команди №1	Член команди №2	1
6	Перелік вимог до приміщення	Письмова	Член команди №1	Член команди №2	1
7	Перелік обладнання	Письмова	Член команди №2	Член команди №2	1
8	План управління ризиками	Письмова	Член команди №1	Член команди №2	1
9	Бюджет проекту	Письмова	Член команди №1	Член команди №2	1
10	Підписаний договір з	Письмова	Член	Член	1

	агенцією з пошуку приміщень		команди №2	команди №2агенція	
11	Підписаний договір оренди	Письмова	Член команди №2	Член команди №2орендодавець	1
12	Дизайн-проект приміщення	Письмова	Член команди №1	Член команди №2	1
13	Облаштування приміщення	Відповідність факт/план	Член команди №2	Член команди №2	1
14	Введення в експлуатацію обладнання	Відповідність факт/план	Член команди №2	Член команди №2	1
15	Усунення недоліків	Виправлення недоліків	Член команди №1	Член команди №2	1
16	Перший блокнот	Відповідність факт/план	Член команди №2	Член команди №2	1

ДОДАТОК Ж

Таблиця Д.1.6.

План управління закупівлями

Опис контрактних пакетів	Вартість		Метод закупівлі	Початок	Кінець	Зауваження
	Валюта	Сума				
Електричний лобзик	Грн	1400	Одноразово	21.03.2022	25.03.2022	В першу чергу
Гравер	Грн.	1000	Одноразово	21.03.2022	25.03.2022	В першу чергу
Фрезер по дереву	Грн.	1700	Одноразово	21.03.2022	25.03.2022	В першу чергу
Лобзиковий станок	Грн.	3500	Одноразово	21.03.2022	25.03.2022	В першу чергу
Шліфувальна машинка	Грн.	2000	Одноразово	21.03.2022	25.03.2022	В першу чергу
Електрорубанок	Грн.	900	Одноразово	21.03.2022	25.03.2022	В першу чергу
Циркулярний верстат	Грн.	5000	Одноразово	21.03.2022	25.03.2022	В першу чергу
Дрель	Грн.	2000	Одноразово	21.03.2022	25.03.2022	В першу чергу
Шуруповерт	Грн.	1200	Одноразово	21.03.2022	25.03.2022	В першу чергу
Фанера 6 мм	Грн.	700	По мірі необхідності після першої закупівлі	21.03.2022	25.03.2022	
Марилка	Грн.	182,7	По мірі необхідності після першої закупівлі	21.03.2022	25.03.2022	Горюча речовина

Акрилова фарба	Грн.	300	По мірі необхідності після першої закупівлі	21.03.2022	25.03.2022	
Лак для покриття спреї	Грн.	420	По мірі необхідності після першої закупівлі	21.03.2022	25.03.2022	Горюча речовина
Лак для покриття рідкий	Грн.	240	По мірі необхідності після першої закупівлі	21.03.2022	25.03.2022	Горюча речовина
Фарба спреї	Грн.	530,4	По мірі необхідності після першої закупівлі	21.03.2022	25.03.2022	Горюча речовина
Масло льону	грн.	200	По мірі необхідності після першої закупівлі	21.03.2022	25.03.2022	
Залізні кільця	Грн.	480	По мірі необхідності після першої закупівлі	21.03.2022	25.03.2022	
Завіси	Грн.	168	По мірі необхідності після першої закупівлі	21.03.2022	25.03.2022	
Закрилки	Грн.	60	По мірі необхідності після першої закупівлі	21.03.2022	25.03.2022	
Кісточки для малювання	Грн.	100	По мірі необхідності після першої закупівлі	21.03.2022	25.03.2022	

Стіл	Грн.	2000	По мірі необхідності після першої закупівлі	21.03.2022	25.03.2022	Одноразова покупка
Стелаж	Грн.	1052,4	По мірі необхідності після першої закупівлі	21.03.2022	25.03.2022	Одноразова покупка
Захисні перчатки	Грн.	150	По мірі необхідності після першої закупівлі	21.03.2022	25.03.2022	Можливе постійне поновлення запасів
Захисні окуляри	Грн.	68	По мірі необхідності після першої закупівлі	21.03.2022	25.03.2022	Можливе постійне поновлення запасів
Стілець	Грн.	462	По мірі необхідності після першої закупівлі	21.03.2022	25.03.2022	Одноразова покупка

ДОДАТОК 3

Таблиця Д.2.7.

Реєстр ризиків

№	Ризик	Можливі наслідки	Потенційні дії по реагуванню
1	Перевищення термінів та вартості	Затагування реалізації проекту, збільшення вартості проекту.	Передбачення ризику та миттєве реагування на наявні проблеми. Перевірка Факт/План.
2	Не знайти оптимальне приміщення	Неможливість реалізувати даний проект	Передача ризику до агенції з пошуку нерухомості.
3	Недостаність фінансовії ресурсів	Збільшення термінів реалізації проекту	Власні кошти, кредитні кошти, кошти інвестора, запозичені кошти.
4	Локдаун в країні	Ускладнення в реалізації проекту.	Обовязкова вакцинація членів команди.
5	Збільшення цін на необхідні ресурси	Збільшення вартості проекту. Збільшення собівартості продукції.	Моніторинг цін, пошук акції.
6	Несправна робота обладнання	Збільшення тривалості проекту.	Купувати все обладнання з гарантією.