

Формування грошового потоку буде відбуватися за рахунок:

- надходжень, отриманих за надання послуги з організації заходу (проведення дегустації);
- надходжень, отриманих від виробників алкоголю (за промоцією їхньої продукції);
- продажу мерчу та аксесуарів для алкогольних напоїв (за рахунок різниці між закупівельними і роздрібними цінами на продукцію)

Діяльність проекту здійснюватиметься через ФОП, зареєстрованого в місті Полтава за КВЕД 85.52 Освіта у сфері культури. З можливими партнерами укладатимуться угоди про надання послуг.

Перспективами реалізації проекту є співпраця з виробниками алкогольних напоїв, розбудова мережі «Не винний» в інших регіонах України, створення тематичного концептуального закладу в місті Полтава.

ВИГОТОВЛЕННЯ КРЕАТИВНОЇ ВІДЕОРЕКЛАМИ

***Б. Хоменко**, учасник проекту «Creative Spark: програма підтримки підприємництва в системі освіти»*

***М. Михайленко**, к. е. н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

На ринку реклами набирає стрімких обертів відеореклами в соціальних мережах, відеохостингах та на сайтах. Але багато рекламних відеороликів виготовлені за несучасним, застарілим підходом або мають негарний технічний супровід, який не чіпляє аудиторію. У роликах не вистачає креативу в ідеях, зйомках і монтажу – що підтверджують наші клієнти, які вже стали постійними (Smart Store, New York street pizza, Група компаній АИС, турецькі солодощі PISMANIYE, та ін.)

Сучасна студія відеозйомки КАКТАМ production – це вже діючий стартап, і він уже працює на ринку м. Кременчука та частково м. Київ, має досвід роботи на ринку Китаю та Лівану.

Бізнес-ідея проекту – це допомога бізнесу залучати клієнтів через інтернет за допомогою відеороликів креативного змісту, які розміщуватимуться на сайтах, соц. мережах або відеохостингах.

У межах основної бізнес-ідеї реалізуємо проект «Робін Гуд», який передбачає надання допомоги підприємцям-початківцям у

вигляді безкоштовного відеоролика нашого виробництва. Учасників відбираємо самі або за допомогою розіграшу, де пріоритет видається проектам, які спрямовані на розв'язання соціальних потреб.

Крім того, сучасна студія відеозйомки КАКТАМ production піклується про навколишнє середовище та має свій еко-напрямок (з кожного замовлення саджаємо дерево від імені клієнта й у відеоформаті робимо звіт).

Старт проекту відбувся на початку 2020 року і дав зрозуміти, що попит на послуги відеореклами великий і має тенденцію до зростання.

Під час виробництва послуг наша основна увага зосереджена на якості та креативності відеопослуг. Ще однією перевагою, що забезпечує конкурентоспроможність бізнесу, є використання сучасних методів просування бренду.

Основними споживачами наших послуг є представники бізнесу, творчі особистості.

Зважаючи на прогнозовані категорії споживачів та з урахуванням цін конкурентів, сучасна студія відеозйомки КАКТАМ production формує цінову політику з орієнтацією на якість вище за середній рівень і ціну нижчу, ніж у конкурентів, у першій рік роботи.

Основною фінансовою метою сучасної студії відеозйомки КАКТАМ production як комерційного підприємництва в результаті здійснення проекту є отримання прибутку, допомога молодому бізнесу та закріплення за собою еко-бренду.

РОЗВИТОК ПРОЄКТІВ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

***К. М. Шалун**, студентка спеціальності Право, група ПР-31 (заочна), учасниця проекту «Creative Spark: програма підтримки підприємництва в системі освіти»;*

***Є. О. Власенко**, студентка спеціальності Філологія, група Філ-51м, учасниця проекту «Creative Spark: програма підтримки підприємництва в системі освіти»*

***І. В. Юрко**, науковий керівник, к. е. н., доцент, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та логістики Вищій навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

Сучасний розвиток економічної науки з початку нинішнього тисячоліття почав виокремлювати креативну економіку як складову всесвітнього господарства. Її особливістю є те, що в креа-

тивній економіці цінність залежить від оригінальності та креативності, а не від традиційних ресурсів, таких як земля, праця і капітал [1].

Креативне підприємництво – це необхідна складова сучасної економічної системи держави, яка вказує на розвиненість культурного середовища бізнесу, формує національну соціальну сферу, сприяє міжнародній ідентифікації країни. Креативне підприємництво в останнє десятиріччя привертає до себе підвищену увагу з боку урядів держав через його важливість для розвитку країн та окремих територій. Окрім загальної ролі, яка притаманна для всіх видів підприємництва (наповнення ринку товарами і послугами, створення конкурентного середовища, створення нових робочих місць, поповнення бюджету), креативне підприємництво робить позитивний вплив на економіку інших галузей (туризм, ресторанний бізнес та інші), економить бюджетні кошти, що виділяються на культуру, розвиває гуманітарну сферу і соціальну інтеграцію суспільства, сприяє міжнародній ідентифікації країни.

У сучасних умовах темпи зростання підприємств у креативних галузях удвічі перевищують темпи зростання сфери послуг і в чотири рази – промислового виробництва. Україна робить лише перші кроки в розвитку креативного підприємництва. У практичній площині лише у 2019 році були законодавчо виокремлені креативні індустрії, до яких віднесли 34 види економічної діяльності [2, 3]. Усі вони об'єднали індустрії, пов'язані із мистецтвом і галузями, котрі обслуговують мистецтво, модою та дизайном, новими медіа та інформаційно-комунікаційними технологіями, наданням маркетингових послуг та збереженням спадщини народу. Креативні індустрії були згруповані в окрему галузь тому, що у своїй основі спираються на креативну працю. Таке групування дасть змогу вести статистичний облік участі креативних індустрій у створенні внутрішнього валового продукту та створенні нових робочих місць, стимулювати розвиток креативного підприємництва грантовими програмами та наданням пільгових кредитів.

В Україні є нагальна потреба у досконалому вивченні особливостей креативного підприємництва для стимулювання його подальшого розвитку через навчання молоді та спеціалістів культурних галузей бізнесу, а також залучення підприємців до креативних індустрій. Активізації розвитку українського бізнесу

сприяє поширення програми підтримки креативного підприємства в системі освіти Creative Spark, яку підтримує Британська Рада [4]. Ми взяли участь у декількох навчальних заходах, які були організовані в нашому університеті, і розробили креативний проєкт у сфері ІТ-технологій.

Це чат-бот на платформі Telegram через який можливо проводити квест-екскурсії Полтавою. ІТ-технології не стоять на місці та дають можливості для створення продуктів на їх ринку. У поєднанні з туристичною галуззю це дасть змогу створити інноваційні продукти. А сам туризм та туристичні послуги потребують змін та нових ідей. Чат-бот з екскурсіями покращить обізнаність населення щодо життя Полтави у минулі часи, оскільки інформація подається шляхом гри, що вважається одним із найефективніших шляхів навчання.

Проєкт дає можливість проводити квест-екскурсії у будь-який період часу та для будь-якої кількості користувачів. У боті передбачено вибір мови інтерфейсу (українська та англійська), підтримка та координування гравців офлайн та онлайн режимі. Для цього будуть розроблені маршрути (екскурсії) певної тематики (історична, містична та інші), у ході передбачені завдання-підказки, що потребують розв'язки, знаходження відповідного місця, що дає можливість познайомитися з Полтавою.

Вік користувачів ботом не обмежений. Портрети споживачів виглядають наступним чином: компанія молодих людей (3–4 особи) віком 20–24, що шукають нові розваги у свій вільний час та/або полюбляють проводити своє дозвілля у квест-кімнатах; батьки, які бажають розказати своїм дітям історію Полтави, однак хочуть зробити це цікаво та шляхом гри; гості міста, що вважають звичайні екскурсії нудними, однак хочуть дізнатися історію Полтави та шукають розваг під час своєї подорожі.

Місце впровадження проєкту – місто Полтава, але передбачається масштабування до області та пошук партнерів, які зацікавлені у створенні подібних чат-ботів у інших містах України.

Етапи здійснення проєкту виглядають наступним чином:

- розробка телеграм-бота;
- розробка 2–3 тематичних маршрутів та їх переклад;
- розробка контенту для бота (візуалу і тексту із завданнями та історичними довідками);

- розробка рекламної кампанії (логотип, слоган, сторінки в соцмережах, друкована реклама, телебачення та в газетах);
- розробка власної сувенірної продукції (в майбутньому);
- розробка мобільного застосунку (в майбутньому).

Реклама нового чат-боту відбувається шляхом поширення інформації у соціальних мережах, друкованої реклами у музеях та інформаційних центрах Полтави, участі у туристичних виставках та семінарах.

Список використаних інформаційних джерел

1. Howkins J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. L.: Penguin.
2. Про внесення змін до Закону України «Про культуру» щодо визначення поняття «креативні індустрії»: Закон України від 19.06.2018 № 2458-VIII. Відомості Верховної Ради України. – 2018. – № 34. – Ст. 257.
3. Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій: Розпорядження Кабінету міністрів України від 24 квітня 2019 р. № 265-р. Урядовий кур'єр. – 2019. – 16 трав. (№ 90).
4. Creative Spark: програма підтримки підприємництва у системі освіти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.britishcouncil.org.ua/programmes/education/creative-spark>. – Назва з екрана.