

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**Тернопільський національний економічний університет
Навчально-науковий інститут міжнародних економічних відносин**

Ім. Б.Д. Гаврилишина

Кафедра міжнародних економічних відносин

Синківський Іоан Ігорович

**Міжнародний досвід кластеризації креативних індустрій /
International experience of creative industries clustering**

спеціальність: 292 – Міжнародні економічні відносини

Магістерська програма – Міжнародний маркетинг

Магістерська робота

Виконав студент групи

МЕВМАМ-21

І.І. Синківський

Науковий керівник:

К.е.н., доцент, І.В. Скавронська

ТЕРНОПІЛЬ -2018

Зміст

Вступ.....	5
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ.....	10
1.1. Ключові концепції розвитку креативних індустрій	10
1.2. Економічна суть і значення процесів кластеризації в ринкових умовах.....	21
1.3. Методичні підходи до оцінювання ролі кластерів в становленні креативного сектору	29
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ.....	37
2.1. Сучасні тенденції розвитку креативних індустрій	37
2.2. Особливості кластеризації креативних індустрій в зарубіжних країнах ..	46
2.3. Оцінювання ефективності кластеризації креативних індустрій	55
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В УКРАЇНІ НА ОСНОВІ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ	65
3.1. Передумови кластеризації креативних індустрій у вітчизняній економіці	65
3.2. Роль держави у створенні креативних кластерів.....	71
3.3. Шляхи ефективного розвитку креативних кластерів в Україні	77
Висновки	84
Список використаних джерел та літератури	87
Додатки.....	92

Вступ

Актуальність теми. Друга половина ХХ століття ознаменувалася розширенням глобалізаційних процесів як в суспільно-політичному, так і в соціально-економічному розвитку країн світу. Економічні процеси починають набувати нових рушіїв, змінюються їх лідери, економіки країн світу переплітаються між собою та будують цілісну інтегровану систему. Цифрова епоха прискорила розвиток інноваційних технологій, що потребують високої концентрації дослідників з різних галузей знань в одному місці, формування проектних команд для вироблення новітніх проривних ідей та доведення їх докомерційних пропозицій. Це в свою чергу, сприяли появі таких компонентів Четвертої промислової революції, як кіберфізичні системи, промисловий Інтернет речей, доповнена і віртуальна реальність, тривимірний друк тощо.

В епоху надзвичайних змін саме креативність та інновації виступають рушіями економіки, які покликані подолати соціально-економічні викривлення останніх десятиліть, ґрунтуючись на необмеженому глобальному ресурсі, тобто людській творчості, яка дала змогу виокремити новий сектор економіки – креативні індустрії.

Економічна криза, військові дії, занепад промислового комплексу України спонукають до пошуку нових шляхів розвитку, інструментів зростання соціально-економічного благополуччя. Саме тому ресурс креативних кластерів може стати одним з пріоритетних шляхів розвитку та джерелом регенерації економіки України.

В іноземній літературі проблемі креативних індустрій, їх кластеризаційним процесам та ролі в загальноекономічній динаміці присвячено не так багато праць, в яких розглядається сутність, передумови виникнення та вплив креативних кластерів в регіональному та національному вимірах. Теоретичні підвалини вивчення концепції креативних індустрій і їх значення сформуvalи та розвинули такі видатні економісти, як М. Горкгаймер, Дж. Хоукінс, Р. Гейвз, А. Прет, Г. Скот, Дж. Пауер, Т. Флемінг, Ч. Лендрі та інші.

Формування креативних кластерів досліджували М. Портер, А. Маршал, Г. Еванс, Р. Флорида, Н. Кліфтон, П. Кук Л. Де Пропріс, Л. Гіппонен.

У вітчизняній літературі вивчення феномена креативних кластерів опирається на праці іноземних колег. Зокрема, окремі аспекти становлення креативних індустрій розглядали Скавронська І., Галахова, Г. Харломова, О. Гуменн, О. Чуль, І. Вахович, П. Бубенко, Б. Буркинський, Н. Мікула.

Водночас, отримання переваг від формування кластерних структур креативних індустрій залишається актуальним питанням, а проблема визначення впливу креативних кластерів на конкурентоспроможність країн світу та їх міжнародну взаємодію залишається недостатньо вирішеною. Зазначене обумовило вибір теми, визначило її мету і завдання дослідження.

Мета і завдання дослідження. Метою дипломної роботи є теоретико-практичне обґрунтування розвитку національної конкурентоспроможності країни на основі стимулювання росту креативних кластерів.

Реалізація даної мети передбачає вирішення наступних *завдань*:

- висвітлити ключові концепції розвитку креативних індустрій;
- розкрити економічну суть і значення процесів кластеризації в ринкових умовах;
- окреслити методичні підходи до оцінювання ролі кластерів в становленні креативного сектору;
- проаналізувати сучасні тенденції розвитку креативних індустрій;
- виявити особливості кластеризації креативних індустрій в зарубіжних країнах;
- здійснити оцінювання ефективності кластеризації креативних індустрій;
- визначити передумови кластеризації креативних індустрій у вітчизняній економіці;
- з'ясувати роль держави у створенні креативних кластерів;
- сформулювати шляхи ефективного розвитку креативних кластерів в Україні.

Об'єктом дослідження є процес формування креативних кластерів як нової форми міжнародного науково-технічного співробітництва у цифровій економіці.

Предметом дослідження є взаємозв'язок між кластеризацією креативного сектору країни та конкурентоспроможністю національної економіки.

Методи дослідження. У магістерській дипломній роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи і прийоми наукового дослідження, які дозволяють комплексно окреслити та розв'язати теоретичні і практичні завдання дослідження. Методологічними засадами дослідження є кореляційний аналіз та системний підхід до взаємозв'язку економічних явищ та процесів, творче осмислення та формалізація праць вітчизняних й іноземних вчених з питань формування креативних кластерів, проблем розвитку креативних індустрій та їх впливу на індикатори національної конкурентоздатності. Використовуються такі методи як наукова абстракція, історичний та логічний аналіз, аналіз і синтез, дедукція та індукція – для розкриття сутності та ознак креативних індустрій, процесу їх кластеризації, визначення її детермінант, встановлення передумов кластеризації креативних індустрій в Україні; системний підхід, порівняльний аналіз, гіпотетично-дедуктивний метод, ретроспективний аналіз та прогнозування за допомогою поліноміальної лінії тренду – для визначення світових тенденцій розвитку креативних індустрій й досвіду їх кластеризації, їх впливу на загальноекономічні показники та для визначення слабких сторін середовища росту українських креативних кластерів; економіко-статистичні методи, зокрема метод канонічної кореляції в програмному середовищі STATISTICA, порівняльний аналіз – для оцінювання впливу креативних кластерів на посилення конкурентоспроможності національної економіки; метод конкретизації, узагальнення, порівняння, дедукція, ідеалізація та аналогія – для визначення подальших шляхів розвитку креативних кластерів України та надання рекомендацій щодо вдосконалення середовища кластеризації креативного сектора.

Інформаційну базу дослідження становлять: матеріали міжнародних організацій (ЮНКТАД, Світового банку, Організації економічного співробітництва та розвитку, «Nesta», «Martin Prosperity Institute»), звіти Бюро економічного аналізу США, Департаменту у справах культури, ЗМІ і спорту Великобританії, американського об'єднання «Joint Venture Silicon Valley», аналітичні публікації Ради технологічної стратегії Великобританії, Конфедерації британської індустрії, Ради креативних індустрій та Департаменту з розвитку торгівлі та інвестицій Великобританії, статистичні дані Державної служби статистики України, а також періодичні видання, монографії, матеріали конференцій, наукові праці та дослідження вітчизняних і зарубіжних вчених.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у теоретичному обґрунтуванні та емпіричній перевірці гіпотези щодо позитивного впливу креативного кластеру (Кремнієва долина) на процеси переходу інноваційної економіки США до технологій Четвертої промислової революції та забезпечення найвищих конкурентних переваг серед інших країн світу.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості використання результатів дослідження для формування стратегій розвитку бізнесових та державних структур відповідно до світових тенденцій, налагодження науково-технічного співробітництва України з креативними кластерами країн – центрів економічного зростання; доповнення стратегії соціально-економічного розвитку України щодо можливостей створення креативних кластерів в об'єднаних територіальних громадах.

Апробація результатів дослідження. Пропозиції щодо визначення і виявлення чинників кластеризації креативного сектору економіки в міжнародному контексті представлено автором у науковій публікації у фаховому виданні «Молодий вчений» на 6 сторінках, а теоретичні аспекти розвитку мінародного співробітництва в межах кластерів креативних індустрій були представлені на XI Міжнародній науково-практичній конференції молодих вчених і студентів «Інноваційні процеси економічного та соціально-

культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід» та тезисно опубліковані в матеріалах конференції на 2 сторінках.

Структура і обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 78 найменування на 6 сторінках та додатків. Повний текст роботи становить 91 сторінку, із них 83 сторінки – основного тексту, що містять 24 рисунки та 4 таблиці; на 4 сторінках містяться додатки із 2 таблицями.

Перший розділ дипломної роботи «Концептуальні засади кластеризації креативних індустрій» є теоретичним, в якому представлені підвалини теорії креативних індустрій та формування кластерів, розкривається їх сутність та значення в теорії і бізнесовій практиці, а також методологічні підходи до оцінювання їх ролі. В другому розділі дипломної роботи «Аналіз міжнародного досвіду кластеризації креативних індустрій» проаналізовано світові тенденції в сфері креативних індустрій та досвід їх кластеризації в країнах світу, дається характеристика факторам їх стимулювання та оцінюється вплив на розвиток економіки країни. В третьому розділі «Перспективи кластеризації креативних індустрій в Україні на основі міжнародного досвіду» досліджується актуальне середовище розвитку креативних кластерів в Україні, опрацьовано та запропоновано інструменти та шляхи стимулювання кластеризаційних процесів креативного сектору задля зміцнення національної конкурентоспроможності.

РОЗДІЛ 1.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРИЙ

1.1. Ключові концепції розвитку креативних індустрій

У міжнародному поділі праці країни сьогодні діляться не стільки на аграрні й індустріальні, скільки на індустріальні та постіндустріальні. У сучасній економіці пріоритетним стає не виробництво і технології, а креативність та інноваційність. Йдеться про новий тип економіки – креативну економіку. В останні півстоліття відбуваються трансформаційні зміни світового господарства в результаті розвитку цифрових технологій, економічних криз, нестачі ресурсів, а також внаслідок нормативно-правових змін економічної діяльності. За цих умов формується нове глобальне економічне середовище, де на перше місце виходить економіка, яка базується на продукуванні та розповсюдженні знань, іншими словами економіка знань, яка охоплює освіту, науку і техніку, інновації. Традиційні витрати в контексті підприємництва, зокрема, й видатки за трудову діяльність змінюють свої звичні форми та значення, а багатовікові економічні механізми, такі як економія від масштабу, й зовсім перестають функціонувати. Інновації та передові технології опинилися в центрі нових економічних систем, де значну роль має креативна складова, яка зменшує цінність та значення таких факторів виробництва, як капітал та земля, тим самим поборюючи одну із гострих проблем людства – брак ресурсів.

Глобалізаційні процеси і прогресуюча трансформація інформаційних та телекомунікаційних технологій видозмінили роль споживачів з пасивних одержувачів культурних повідомлень в активних творців креативного контенту. Саме креативність – необмежений ресурс, що покликаний забезпечити динамічний соціально-економічний розвиток окремих суспільних систем світу – лягла в основу нового сектору економіки – креативних індустрій [2, С. 753-754]. Згідно з звітом Конференції Організації Об'єднаних Націй з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) «Creative Economy Report 2010», креативність можна

тракувати як процес, за допомогою якого генеруються ідеї, їх трансформація в блага з певною визначеною цінністю. Іншими словами, це є використанням ідей для створення нових ідей [19, С. 3-5].

З появою все більш складних і переплетених ланцюжків доданої вартості та бізнес-моделей, новий сектор економіки, креативні індустрії, стає все більш вирішальним компонентом у ланцюжку доданої вартості практично кожного товару чи послуги. Сама концепція креативних індустрій вперше була задокументована в Австралії в 1994 році, коли уряд країни розробив нову стратегію розвитку культурної політики під назвою «Creative nation», щоб допомогти Австралії втілити нові можливості для ІТ-сектору та зростаючої культурного середовища, яке підтримують цифрові медіа. Тут було, зокрема, виділено форми впливу культурного та креативного сектору на національну економіку [24, С. 6-7].

Лише в 1998 році у Великобританії були презентовані концептуальні основи теорії креативних індустрій, подана їх характеристика та класифікація, після чого розвиток креативного сектору став пріоритетом для уряду країни. Останні десятиліття концепція набувала різних інтерпретацій по всьому світі. Основні тлумачення та концептуальні засади були сформовані та висвітлені в Таблиці 1.1.

Порівнюючи вищенаведені концептуальні підходи до трактування індустрій креативного сектору, можна спостерігати певні розбіжності, але, загалом, креативні індустрії – це прогресивні галузі економіки, де генеруються інноваційні та культурні продукти певної матеріальної цінності, в основі яких лежать індивідуальна творчість та знання.

Доволі часто під креативними індустріями розуміють культурні індустрії. Насправді ж, це є некоректно, адже концепція креативних індустрій ширша, ніж поняття культурних індустрій. Вона охоплює не тільки креативний контент з культурним та нематеріальним характером, а й інші продукти та послуги з значним творчим та інноваційним компонентом, а також включає інші сектори,

такі як: ІКТ, мода, дизайн, кіно, комп'ютерні ігри, архітектура, образотворче мистецтво, тощо.

Таблиця 1.1

Концептуальні підходи до визначення креативних індустрій

Автор	Тлумачення креативних індустрій
М. Горкгаймер	Розглядав креативні та культурні індустрії як комерціалізацію розваг (кінематограф, музична індустрія, видавнича сфера та інші.), тим самим відрізняв від збиткового мистецтва, зокрема музеїв, галерей.
Департамент культури, мас-медіа і спорту Великобританії	Креативні індустрії визначає як види діяльності, які мають своє походження в індивідуальній творчості, майстерності і таланті, і які мають потенціал для багатства й створення нових робочих місць шляхом продукування і використання інтелектуальної власності.
Дж. Хоукінс	Визначає креативні індустрії як «забезпечення економічним благом або послугою, які є результатом творчості і мають економічну цінність».
Організація Об'єднаних Націй з промислового розвитку	Креативні індустрії визначаються як ті галузі, які виробляють матеріальні або нематеріальні активи, художню і творчу продукцію, і які мають потенціал для отримання доходу за рахунок експлуатації культурних цінностей, виробництва товарів і послуг, заснованих на знаннях.
С. Меткалф, Дж. Потс	Вважають, що креативні індустрії є переважно частиною сфери послуг, слугують прикладом економіки знань й креативної економіки та мають інноваційний характер, що є передумовою створення нових бізнесових підходів та соціально-економічної взаємодії.
Конференція Організації Об'єднаних Націй з торгівлі та розвитку	Креативні індустрії є один з найбільш динамічно прогресуючих секторів світової торгової системи, який охоплює види діяльності, що побудовані на знаннях, орієнтовані на мистецтво, але ним не обмежуються, є потенційними генераторами доходів від торгівлі і прав інтелектуальної власності.

Джерело: розроблено автором за [9, С. 45-54; 19, С. 3-5; 22, С. 54-59; 42; 48, С. 3-6; 51, С. 5;].

Найчастіше креативні індустрії представляють собою міський феномен, оскільки функціонують в межах міст. Вони побудовані на зусиллях одного чи більше поколінь та характеризуються етнічною різноманітністю, спираються на малий та середній бізнес і не є характерними для великого. Для прикладу, в Алеппо, що в Сирійській Арабській Республіці, мікро- і малі фірми зосереджувалися в невеликих районах міста, щоб виробляти зелене оливкове

мило відповідно до 3000-літньої традиції. Ця технологія є древньою, а продукт високостандартизованим.

Для креативних індустрій важливими складниками є:

1. Інноваційність, що проявляється у відкритості до нового.
2. Наукомістке виробництво високого рівня: високі витрати на наукову діяльність, впровадження її результатів у виробництво.
3. Інтелектуальний капітал: продукування, акумуляція та застосування знань посідає особливе місце у креативних індустріях.
4. Тісна взаємодія бізнесу і мистецтва, що стимулює всі види комунікації як внутрішньої, так і зовнішньої.
5. Реалізація творчих ідей, тобто представлення їх у вигляді товарів чи послуг. Часто це відбувається за допомогою індивідуального підходу [1, С. 5-11].

Зокрема, чимало вчених виділяють інноваційну складову креативних індустрій як одну із їх основних ознак. З однієї сторони, за своєю сутністю галузі креативного сектору є новаторськими, адже саме сучасні економічні зміни та новаторські підходи дозволили виокремити їх в окремий сектор економіки, а з іншої ж сторони базуючись на досвіді та традиціях вони не лише генерують інноваційні послуги та товари, але й сприяють процесам економічного зростання та еволюції.

Слід відзначити, що ключові фактори креативного виробництва, як-от талант, креативність та знання (зокрема, ноу-хау) визначають й основні риси результатів креативної діяльності. Адже продукти креативних індустрій є складними та унікальними, їм характерний досить мінливий попит, який залежить від споживацьких преференцій та модних тенденцій, оскільки немає можливості прогнозування реакції споживачів. Значний ризик їх реалізації, але при цьому важлива соціальна роль як комунікативного засобу, визначає частку задіяних у продукуванні креативних благ.

На нашу думку, соціальний капітал та мережева взаємодія відіграють важливу роль в креативному секторі. Це пояснюється тим, що робота в секторі

є нерідко проектною, а творцями креативних благ є індивідуальні підприємці чи малий бізнес, які співпрацюють один з одним, налагоджують соціальні зв'язки для покращення конкурентних переваг й успішної реалізації своїх творінь. Креативні робітники задіяні в соціальному обміні, адже взаємодія між основними гравцями, підтримуючими сторонами та пов'язаним з ними персоналом є неминучою у виробництві креативних благ, отже, тим самим підкреслюючи важливість соціального капіталу. Підприємницька діяльність в креативних індустріях не тільки керується економічними факторами, а й соціальними, як-от мережевими взаємозв'язками та їх впливом, політичною підтримкою та соціальним капіталом [72, С. 2-6].

Детермінантою креативних індустрій також виступає людський капітал, який вимагає навичок і талантів, підприємницького хисту, винахідливості і мотивації. Для зростання людського капіталу, на наш погляд, необхідно, щоб фахівці зрозуміли важливість креативності та інновацій в процесі сприяння сталому розвитку. Так званий «творчий дух» є запорукою успіху креативних індустрій. Для управління ним застосовують спеціалізовані промоутерські програми, робота в колективі на виявлення навичок, передання досвіду та інші. Наприклад, в азіатських країнах, а також країн з інших регіонів, що розвиваються, формальні і неформальні механізми були використані для передачі ремесла, традицій та навичок.

Креативний сектор побудований на діяльності креативних індивідів у поєднанні з менеджерами та технологами. Осіб, задіяних в креативному кластері, відносять до креативного класу. Основоположником теорії креативного класу є Річард Флорида, який зазначає, що креативний клас складається з учених й інженерів, викладачів університетів, поетів й архітекторів, а також включає в себе людей в області дизайну, освіти, мистецтва, музики й розваг. Креативний клас характеризується відмовою від традиційного робочого одягу та формального стилю поведінки, високим ступенем мобільності та соціально-культурною відповідальністю. Члени креативних кластерів самі розподіляють свій час, а їх дім може бути і основним

місцем їх праці [35]. Креативних людей та таланти приваблюють середовища, що характеризується відкритістю, різноманітною та інклюзивною спільнотою, наявністю великого високоякісного досвіду. Вони прагнуть урбаністичного різноманіття в просторовому, соціальному та економічному плані, локальної унікальності та соціальної взаємодії. Ми дотримуємося думки, що різні верстви креативних людей шукають різні типи середовищ, наприклад, студенти залучаються до дешевого житла поряд з престижними університетами, на противагу робітникам, пов'язаним із медіа-сектором, чиї інтереси зупиняються на міському різноманітті та творчих просторах.

У контексті креативного класу також з'являється поняття креативних підприємців. Вони є творчими практиками, здатними перетворювати для суспільства ідеї у креативні продукти та послуги з інноваційною складовою. Їх підприємницьке бачення дозволяє їм виявляти нові можливості на ринку, використовуючи ділові навички, щоб перетворити ідеї не лише на продукти, але й на прибуток.

Креативність тісно пов'язана з урбаністичними територіями, адже творчі працівники шукають місця з певною сприятливою обстановкою для створення інновацій та матеріальної реалізації ідей, зокрема різноманітне міське середовище. Дедалі більше міста та регіони конкурують, щоб залучати і зберігати не тільки компанії, але й таланти. В цьому й проявляється урбанізм креативних індустрій, а прагнення до взаємодії з іншими суб'єктами креативного сектору сприяють агломераційним процесам креативного сектору навколо окремих локацій.

Креативні індустрії включають цілий ряд видів економічної діяльності. На сьогодні існує ціла низка класифікації креативних індустрій, які різняться в залежності від регіонів світу та підходів до їх трактування. Ми ж будемо надавати перевагу оновленій класифікації Департаменту в справах культури, ЗМІ і спорту Великобританії, оскільки вона є найбільш адаптованою в країнах світу, а кожна галузь в ній була класифікована відповідно до її основної діяльності. Основні класифікаційні моделі подані в Таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Моделі класифікації креативних індустрій

1. Модель Департаменту у справах культури, ЗМІ і спорту Великобританії	2. Модель Організації Об'єднаних Націй з промислового розвитку
<ul style="list-style-type: none"> 1. Реклама і маркетинг. 2. Архітектура. 3. Ремесла. 4. Дизайн продуктів, графічний і дизайн одягу. 5. Кіно, телебачення, відео, радіо та фотографії. 6. ІТ, програмне забезпечення та комп'ютерні послуги. 7. Видавнича справа. 8. Музеї, галереї і бібліотеки. 9. Музика, театральне та образотворче мистецтво. 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Творче застосування – торгівля мистецькими благами чи антикваріатом, архітектура, мода, видавнича сфера, реклама, ремесла. 2. Творче вираження – музика, образотворче та театральне мистецтво, відео, кіно і зображення, радіо і телебачення. 3. Креативні технології – інтернет-індустрії і програмне забезпечення, цифрові носії (ігри та анімація), дизайн (графічний дизайн і веб-дизайн).
3. Модель організації «Американці за мистецтво»	4. Модель Всесвітньої організації інтелектуальної власності
<ul style="list-style-type: none"> 1. Реклама. 2. Архітектура. 3. Мистецькі школи та послуги. 4. Дизайн 5. Кіно. 6. Музеї, зоопарки. 7. Музика. 8. Виконавче мистецтво. 9. Видавнича справа. 10. Телебачення і радіо. 11. Образотворче мистецтво. 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Основні галузі авторського права – реклама, колективні авторські об'єднання, відео- та кіноіндустрії, музика, сценічне мистецтво, видавнича справа, програмне забезпечення, ТВ і радіо, візуальні та графічні індустрії. 2. Взаємозалежні галузі авторського права – записуючі матеріали, побутова електроніка, музичні інструменти, папір, копіювальні апарати, фотопапір. 3. Часткові галузі авторського права – архітектура, одяг та взуття, дизайн, мода, побутові товари, іграшки
5. Модель символічних текстів	6. Модель концентричних кіл
<p>Основні галузі культури – реклама, кінематограф, Інтернет, музика, видавнича справа, телебачення і радіо, відео- та комп'ютерні ігри.</p> <p>Периферійні індустрії культури – творчі мистецтва.</p> <p>Прилеглі індустрії культури – побутова електроніка, мода, програмне забезпечення, спорт.</p>	<p>Основні креативні мистецтва – література, музика, виконавче мистецтво, образотворче мистецтво.</p> <p>Інші основні галузі культури – кінематограф, музеї та бібліотеки.</p> <p>Обширні культурні індустрії – спадщина, видавнича справа, звукозапис, телебачення і радіо, відео- та комп'ютерні ігри,</p> <p>Суміжні галузі – реклама, архітектура, дизайн, мода.</p>

Джерело: розроблено автором за [23, С. 10-25; 20, С. 109-114; 22, С. 20-25].

Серед них, модель концентричних кіл, яка стверджує, що творчі ідеї походять від основних творчих мистецтв у формі звуку, тексту та образу, і ці

ідеї та впливи дифундують назовні через серію шарів або концентричних кіл, причому частка культурного та комерційного змісту зменшується по мірі руху назовні від центру. Модель Всесвітньої організації інтелектуальної власності ж базується на галузях, які безпосередньо чи опосередковано беруть участь у створенні, виробництві, передачі та розповсюдженні матеріалів, захищених авторським правом. Тут акцент робиться на інтелектуальну власність, як результат креативності, вкладеної в виготовлення товарів і послуг. Відмінність існує між галузями, які виробляють інтелектуальну власність (основними), та тими, хто розповсюджує товари та послуги споживачам (взаємозалежні). Категорія часткових авторських прав включає види діяльності, де інтелектуальна власність становить лише частину їх товарів і послуг.

Джерелом розвитку креативних індустрій є локальне скупчення індивідуальної творчості, що побудоване на комплементарній та опортуністичній поведінці його учасників – креативні кластери. Вони містять потенціал сприяння розбудові національної економіки та формування її конкурентних переваг.

Ми вважаємо, що креативні індустрії виступають стимулюючим фактором соціально-економічного розвитку регіону, його конкурентоспроможності, є генератором нових рішень, які передають в інші галузі економіки та адаптуються або модифікуються там. Про зростаючу роль креативних індустрій у національній та регіональних економіках можна судити з того, що в другій половині ХХ століття найприбутковішими були компанії «Ford», «General Electric», «Standart Oil», а на початку ХХІ століття великі доходи вже почали приносити компанії, пов'язані з креативною сферою діяльності, а саме – кінематограф, мас-медіа, ІТ. Сюди відносяться такі всесвітньовідомі корпорації, як «Time Warner», «Disney», «News Corporation» і «Microsoft».

На нашу думку, креативні індустрії мають позитивний вплив на розвиток внутрішньорегіонального і національного потенціалу без будь-яких шкідливих наслідків для культури. Вони залежать в значній мірі від традиційного і

культурного розмаїття, ноу-хау й інноваційних мереж, існуючих в тих чи інших регіонах.

Креативна складова в регіональному та національному розрізі покращує загальноекономічні показники розвитку, зокрема підвищують ВВП та доходи місцевих бюджетів безпосередньо за рахунок продажу креативних товарів і послуг на внутрішньому і зовнішньому ринках, а також непрямих доходів – податки на майно, податки на прибуток компанії, а також за рахунок прибутку, отриманого в додаткових галузях, збільшують показники виробництва та експорту [28, С. 129-134].

Підгалузі креативних індустрій, де переважають малі та середні підприємства, надають багато можливостей для створення екологічно чистих місць роботи, які глибоко вкоренилися в місцевих умовах і регіональних мережах. Отже, можна говорити про зменшення безробіття в містах, де креативні індустрії розглядаються як пріоритетний сектор економіки. Крім того, креативний сектор виробляє товари та надає послуги для інших галузей економіки, що побічно сприяє збільшенню числа робочих місць та інвестицій в галузях, комплементарних до сфери культури – туризму, відпочинку, освіти, спорту.

Ми вважаємо, що креативні індустрії є одним з найбільш динамічно зростаючих секторів ринку праці на даний момент. Одним із обґрунтувань цьому є те, що креативні індустрії впливають на якість життя працівників, адже зайнятість тут є часто більш оплачуваною, ніж в інших галузях економіки. Крім того, креативні об'єднання дають змогу саморозвитку, навчатися та підвищувати кваліфікацію і тим самим поліпшують забезпечення особистих можливостей працівників. Населення, задіяне в креативному секторі, може вільно розподіляти свій час та має більший рівень задоволення від праці. Культурне розмаїття та соціальна диверсифікація креативних індустрій сприяє залученню тих індивідів, які раніше не мали змоги себе проявити. Вони функціонують часто на базі локальних громад, їх мереж, що сприяє їх зміцненню та ґрунтуванню громадського духу та соціальної взаємодії.

Іншим важливий соціальний аспект креативних індустрій – це їх роль у сприянні соціальній інтеграції. Креативність відіграє всебічну соціально інтегруючу роль у зміцненні особистої, громадської та національної ідентичності, адже мистецтво та культура сприяють соціальній єдності та зменшенню ізоляції. Соціальні мережі, що створюються через креативну взаємодію, забезпечують відчуття приналежності, сприяють впевненості в собі, гордості і особистому благополуччю.

Окремо увагу привертає те, що креативні індустрії часто характеризуються високою соціальною відповідальністю та відповідним ставленням до навколишнього середовища. Саме соціальний та екологічні чинники діяльності, якими часто нехтують представники інших галузей, дозволяють креативним індустріям показувати зростаючу тенденцію, особливо в епоху глобальних змін клімату.

Ми вважаємо, що креативні індустрії є важливим рушіями сталого розвитку на місцевому та регіональному масштабі. Вони служать творчим процесам регенерації міст, руйнуючи межу між фізичними, цифровими економічними, соціальними та культурними просторами. Ці переломні процеси – це більше, ніж фізичне втручання в урбаністичну інфраструктуру, адже міста – це не лише будівлі та матеріальні інфраструктури, а й люди, мережі та інші нематеріальні елементи, такі як спогади, історія, символічний капітал, культурна ідентичність. Креативні міста та локації привертають увагу тим, що є за межами традиційних форм відтворення та розбудови міст, адже базуються на створенні районів, пронизаних кліматом інновацій та творчості. Крім того, слід відмітити, що культура, креативність та інновації сприяють розвитку туристичного сектора, покращуючи благополуччя громади.

Підсумовуючи, виділимо основну роль креативних індустрій на рисунку 1.1. Як видно, індустрії мають вплив на соціально-економічний стан країни. Екологічно чисте робоче середовище креативного сектору не тільки зменшує кількість безробітних шляхом створення нових робочих місць, але й зберігає та розвиває екосистему. Локальний та національний бюджети поповнюються за

рахунок збуту креативних товарів та послуг на внутрішньому та зовнішньому ринках, зростання податкових надходжень, що дозволяє розвивати інфраструктуру всередині країни, зокрема міське середовище, та покращувати рівень якості життя населення. Крім того, креативні індустрії плекають історико-культурний спадок та функціонують на засадах здорового соціуму, де гармонійна соціальна взаємодія є основною умовою. Це підвищує туристичну привабливість регіону й формує сприятливий інвестиційний клімат, зокрема, не в останню чергу, через прогресуючу науково-дослідну діяльність та подальше зростання інноваційності державної економіки.



Рис. 1.1. Модель впливу креативних індустрій на соціально-економічний стан країни

Джерело: розроблено автором.

Ці переваги та позитивні економічні наслідки, викладені вище, спонукають уряди країн світового співтовариства формувати стратегії розвитку регіонів, які в більшій чи меншій мірі спрямовані на розвиток креативного сектору економіки. Отож, креативні індустрії є новим зростаючим сектором

економіки, що здатний покращити державне становище в умовах глобальних економічних відносин.

1.2. Економічна суть і значення процесів кластеризації в ринкових умовах

Розвиток економічного потенціалу є основою для економічного прогресу будь-якої країни. Взаємозв'язок та ступінь інтеграції локальних економік, взаємозалежність галузей економіки на кожному територіальному рівні відображає перспективи розвитку як регіональних, так і національних економік.

Ми погоджуємося, що локальний розвиток креативної складової визначає ступінь успіху креативних індустрій, оскільки для креативності часто є характерними агломераційні процеси. Саме тому, креативні індустрії зосереджуються в певних окремих локаціях, а не розподілені територіально в однаковій мірі. Зокрема, креативні індустрії мають тенденцію групуватися в урбаністичних районах. Організаційні та експлуатаційні особливості креативності визначають локальну характерну ознаку креативної діяльності – кластеризацію.

Процес кластеризації та феномен «кластера» пов'язані не лише з креативними індустріями, їх також ефективно використовують в інших галузях та секторах економіки. Незважаючи на появу та розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, що дозволило економічним контрагентам проводити бізнесові операції в будь-якій точці планети, кластеризаційні процеси не лише не втрачають значення в розвитку економіки країни, а й продовжують здобувати новий зміст в розрізі світових інтеграційних процесів. Про це свідчить триваючі урбанізація та зростання міст у Великобританії, Німеччині, США та в низці інших країн. Крім того, успішна діяльність кластерів міжнародного рівня демонструє позитивну тенденцію до кластеризації. Серед зразкових кластерів креативних індустрій є американський кластер в сфері інформаційно-комунікаційних технологій «Кремнієва долина», Кембриджський науковий та біотехнологічний кластер, об'єднання рекламних агентств «Медісон-авеню» в Нью-Йорку.

Кластеризація досліджувалася багатьма науковцями в різних галузях економіки. Теоретичні напрацювання демонструють особливості процесу кластеризації в креативних індустріях та його відмінність від аналогічних в традиційних промислових галузях (Табл. А.1., Додаток А).

З аналізу видно, що кластеризації креативних індустрій притаманні ознаки, які є суміжні або ж диференційовані при порівнянні з традиційними галузями економіки. Серед них [5, С. 56-57]:

1. Локальний характер: учасники кластеру концентруються на певній визначеній території, представляють відносно закриту географічну концентрацію підприємств з широкими внутрішніми зв'язками. Дана характеристика дає змогу отримувати вигоду від економічної та культурної взаємодії у вигляді зовнішньої економії від масштабу.

2. Конку rentне співробітництво: обширна й активна кооперація суб'єктів на основі численності прямих та зворотніх територіально обмежених взаємозв'язків, побудованих на добросовісній конкуренції.

3. Безліч економічних агентів: креативні кластери функціонують на основі взаємозв'язків розвинутої мережі великої кількості творців креативних та культурних благ, креативних підприємців, некомерційних структур, культурних та просвітницьких центрів, поряд з науковими хабами та медійними центрами. Кластери часто можуть включати інших гравців на ринку, як-от вищі навчальні заклади, установи культури, торгові асоціації та державні органи, які підтримують кластерні структури.

4. Вузькоспеціалізований напрям діяльності: кластеризація креативних індустрій здійснюється в рамках однієї або кількох близьких сферах діяльності, але це не відображається на творчій та культурній багатогранності суб'єктів кластеру.

5. Ресурсозалежність: знання, творчий талант та інформація слугують креативним кластерам в якості основного ресурса, якому притаманна постійна інтерактивна циркуляція.

6. Інноваційна складова: кластерні одиниці відіграють роль носіїв та творців інтелектуальних та креативних новацій. Висока концентрація та кооперація креативних економічних агентів сприяє інтенсивному обміну ідеями, розвитку інновацій та нових підходів, генеруванню модернових бізнесових моделей, ініціатив соціально-культурного характеру. Цьому сприяє й постійна модернізація людських ресурсів шляхом професійної перепідготовки та взаємодії з освітніми та науковими установами.

7. Екстернальна взаємодія: співробітництво з постачальниками та споживачами, співпраця між науковими центрами та економічними одиницями міжособистісні контакти, а також міжгалузєва інтеграція та взаємодія. Доступ до зовнішніх ринків і банків знань є надзвичайно важливими для динамічної циркуляції інформації, досвіду, залучення іноземних інвестицій та споживачів. Ми вважаємо, що кластери в креативному секторі не лише взаємодіють з позакластерними суб'єктами, але й проявляють мультиплікативний ефект на підтримуючі галузі (наприклад, туризм), тобто розвиток креативних кластерів сприяє формуванню та росту інших секторів економіки. Прикладом є французький IT-кластер «Cap Digital», який орієнтований на співпрацю з освітніми установами, медичною сферою, туризмом. Креативне об'єднання зробило чималий вклад в розвитку інформаційно-комунікаційних технологій в секторі охорони здоров'я, розвинуло взаємодію з галуззю туризму, для якої розробило цифровий інструмент координації туристичної діяльності – «Digital Meetup Tourism».

Також важливою складовою діяльності креативних кластерів є міжнародна економічна діяльність, адже з однієї сторони кластери креативних індустрій є перспективними з точки зору іноземних інвесторів, а з іншої сторони міжнародний ринок є одним із основних ринків збуту для високотехнологічних та інноваційних кластерів, які створюють левову частку доданої вартості креативних індустрій.

8. Внутрішнє споживання: можливість реалізації надлишка виробництва в рамках креативного кластеру або ж можна знайти йому вигідне застосування, що

демонструє ефект внутрішньої економії від масштабу. Кластеризація націлена не лише на продукування креативних сервісів та товарів для зовнішнього споживача, але й для внутрішнього.

9. Креативний клас: кластери креативного сектору побудовані на роботі висококваліфікованих креативних фахівців, економічна роль котрих виливається в продукуванні інноваційних ідей, нових технологій і / або креативного контенту. На нашу думку, особливістю креативного класу в кластерних структурах є міграційні процеси. Креативні індивіди беруть участь у міжнародній міграції людського капіталу, шукаючи місця для власної самореалізації та вигідної кооперації. Зокрема, американський креативний кластер Кремнієва долина в період з 2016 по 2017 роки показав зростання креативних професіоналів на більше, ніж 45 тисяч осіб, з яких майже половина іноземні мігранти, що свідчить про масштабний притік людського капіталу з-за кордону. А тому, розвинені кластерні структури креативного сектору, які функціонують успішно та мають світову славу, й регіони, де вони розміщуються, отримують позитивний ефект від притоку високоспеціалізованого та творчого капіталу.

Науковець Річард Флорида зазначав, що «переможцями у світовій креативній економіці стануть ті країни, які найкращим чином зможуть залучати, зберігати та розвивати креативний талант і використовувати свої творчі ресурси та можливості» [36, С. 41]. Географічне розподілення креативного класу в регіонах він обґрунтував за допомогою моделі 3Т – технологія, талант, толерантність. Дослідник визначає толерантність як відкритість, інклюзивність та різноманітність для всіх етнічних груп, рас, під талантом розуміє фахівці, що мають ступінь бакалавра та вище, а під технологіями – функцію як інноваційної, так і високотехнологічної концентрації в регіоні. Таким чином, креативність та креативний клас концентрується в місцях, які одночасно містять ці три фактори.

10. Високі морально-ціннісні орієнтації: плекання культурного та історичного спадку, вища пріоритетність культурних цінностей, здорова

соціальна взаємодія, що заснована на взаємній довірі, чесності та відкритій комунікації. Креативні кластери не ставлять за першочергову мету отримання прибутку.

11. Органічність, яка впливає з природи самої креативності. Як зазначив Річард Флорида, креативність є органічною, вона не піддається плануванню, а все, що їй потрібно – простір та свобода зростання [35]. Управляти процесом кластеризації чи системою функціонування кластера креативних індустрій чи штучно її спланувати є проблематично та безрезультатно. Запорукою успішної кластеризації в контексті креативності виступають вільна торгівля та свобода вираження поряд з культурною різноманітністю. Найвідоміші та успішні кластери, такі як Кремнієва долина та Медісон-авеню, спочатку були органічні, успішно розвивалися протягом десятиліть, в першу чергу, під впливом ринкового попиту, а не втручанням держави. Крім того, самі ж креативні підприємці застосовують форми самоорганізації для доступу до владних структур, які побудовані на неформальних конгломератах та великих мережах [53, С. 26].

12. Гнучкість: здатні своєчасно й результативно підлаштовуватися під зміну вектору споживацького ринку та реагувати на макроекономічні потрясіння, що, відповідно, пролонгує життєвий цикл кластерних одиниць креативного сектору. Цьому сприяють інформаційна складова та інноваційне спрямування кластерів, їх взаємодія з допоміжними галузями та диверсифікований характер.

13. Неоднорідність: з одного боку, вона проявляється в тому, що кластеризація сектору ІКТ, музики, ЗМІ, наукомістких галузей і великої культурної спадщини становлять висококонцентровану креативну основу для кластера, що обумовлюють особливості діяльності учасників цих галузей. Художня література, кінотеатри, маркетинг, друкарська справа та інші субсектори креативного сектору, які ближче всього до споживача в ланцюжку створення доданої вартості, не демонструють територіальної насиченості своїми представниками, а тому їх кластеризація вимагає зусиль та орієнтована

на фундацію маломісткого кластера. З іншого боку, креативні кластери є неоднорідні за своїм життєвим циклом та успішністю. Ті креативні галузі, які містять велику частку новацій, є в тренді, привертають увагу споживачів, є лідерами, а отже, будуть отримувати більші конкурентні переваги.

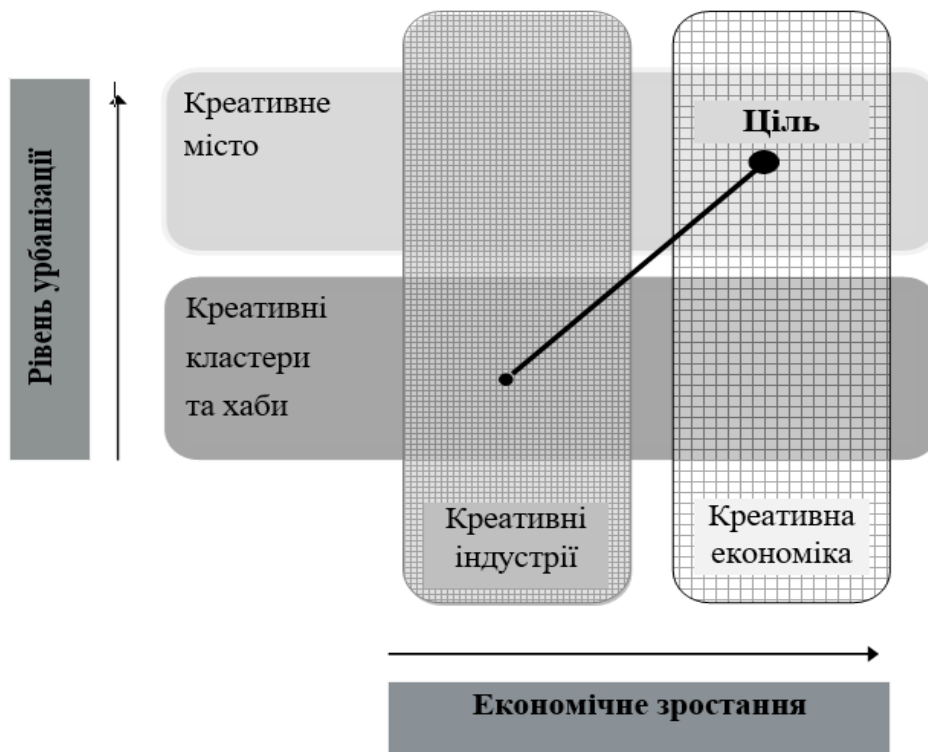


Рис. 1.2. Модель зростання креативних кластерів в урбаністичному середовищі

Джерело: розроблено автором за даними [17, С. 18].

14. Урбанізм: мегаполіси, міста та їх околиці є основними центрами розвитку кластерів креативних індустрій, адже це, зокрема, місця, насичені креативними спеціалістами. Формуючись в урбаністичних районах, кластерні структури органічно зростають завдяки освітній інфраструктурі, підприємництву, стилю міського життя. Тісна взаємодія кластерів та креативних хабів, регенераційні процеси та ребрендинг міського середовища сприяють формуванню креативних міст, що позитивно віддзеркалюється на економічному зростанню (Рис. 1.2.). Саме тому уряди багатьох країн та міжнародні організації зацікавлені в реалізації проектів по створенню креативних міст.

Зацікавленість кластерним розвитком ґрунтується на позитивну зв'язку між наявністю кластерів і процвітанням регіональної та національної економік. Ми вважаємо, що креативні кластери є каталізатором процесів трансформації та досягнення додаткових національних конкурентних переваг. Основні форми такого впливу зображені на рисунку 1.3.



Рис. 1.3. Соціально-економічне значення кластеризації креативних індустрій

Джерело: розроблено автором.

Кластерна форма функціонування в креативних індустріях може також мати і низку недоліків за умови, що вона була створена штучно і без користі для соціуму. Сюди відносяться нерентабельність, надлишок виробництва, соціокультурні розбіжності, низький рівень інноваційної складової. Крім того, скорочення соціальної взаємодії, пасивність позакластерної комунікації та централізація всіх зусиль регіональної влади на креативній складовій регіонів

призводять до того, що креативні кластери перетворюються в закриті спільноти. Тим самим сприяючи зростанню соціальної нерівності, витісненню малозабезпечених робітничих класів за межі творчих осередків, інноваційних центрів, і як результат, актуальні проблеми суспільства переносяться на околиці прогресивних районів.

На нашу думку, для вдалого функціонування кластерних суб'єктів креативних індустрій та для уникнення проблем і негативних наслідків їх функціонування кластеризаційні процеси в креативній індустрії повинні відбуватися з врахуванням цілої низки детермінантів. Ключовими факторами розвитку креативних кластерів є:

- багатовікова культурна та творча спадщина регіону;
- прогресивна функціональна мережа партнерських зв'язків (кластери креативних індустрій зростають на основі взаємодії навчально-наукових центрів, органів влади, некомерційних структур, креативних індивідів, культурних центрів, постачальників та інших учасників локального зростання);
- доступ до глобальних інформаційних ресурсів та міжнародного ринку (міжнародна кооперація, збут товарів та послуг за кордоном та залучення іноземних інвесторів сприяють розбудові кластерних структур та зростанню рівня інноваційності);
- здорові та тісні соціальні взаємозв'язки, побудовані на взаємній довірі та відкритості;
- інноваційна складова (креативні кластери зростають в інноваційних регіонах, потребують нових ідей та напрямків розвитку);
- фізична та цифрова інфраструктура для мереживих багатоканальних зв'язків;
- захист інтелектуальної власності (ноу-хау та інноваційне спрямування креативного сектору не може успішно функціонувати без захисту на законодавчому рівні результатів креативної діяльності від протиправного використання, копіювання та розповсюдження);

– висококваліфікований людський капітал, креативні таланти та засоби їх розвитку (креативний клас є основоположним фактором креативних локалізації та прогресу);

– розвинена мережа наукових центрів та дослідницьких інститутів, що сприяє генеруванню інновацій та науково-дослідна база, яка підсилює циркуляційні процеси обміну досвідом й ноу-хау;

– достатнє фінансування (фондові та грантові кошти, урядові та приватні інвестиційні ресурси, добровільні зовнішні вкладення, внески учасників кластерних структур є основними ресурсами процвітання креативних кластерів);

– незалежний простір для креативної праці, який полягає у ліберальній законодавчій базі щодо створення та діяльності кластерів креативних індустрій та у вільному доступі до місць під кластерний вид взаємодії);

– обмежене та обачне втручання уряду (складність креативних структур та їх постійна еволюція роблять неможливим планування та управління креативними кластерами за допомогою традиційного способу, тому державні органи можуть проявляти ефект на них завдяки сприянню розвитку науково-дослідної бази, людського потенціалу чи / та інфраструктурного комплексу регіонів, шляхом забезпечення фінансовими ресурсами та робочим простором) [4, С. 756-757].

Отже, наявність вищенаведених детермінант кластеризації креативного сектору попереджує негативні ефекти, забезпечує успіх формування та функціонування кластерів креативного сектору, а також позитивно впливає в перспективі на локальне благополуччя та національну конкурентоспроможність.

1.3. Методичні підходи до оцінювання ролі кластерів в становленні креативного сектору

З початком розвитку теорії креативних кластерів творчий потенціал локального середовища став одним із векторів регіонального розвитку. Це

призвело до того, що креативні індустрії та процеси її кластеризації неодноразово ставали об'єктом дослідження науковців.

На сьогоднішній день вже є чимало наукових праць, які досліджують окремі фактори впливу, детермінанти чи взаємодію креативних кластерів. Таким чином і методичні підходи для оцінки ролі креативних індустрій й їх кластеризації були використані різні. Зокрема, вчені Емілія Тітан та Вергіль Войнеаг побудували економетричну модель для багатофакторного аналізу креативного поля взаємодії, його кореляційних зв'язків та розміру [74]. Економісти встановили, що регіони Європи різняться за рівнем розвитку креативного сектору та величини його впливу як через фактори територіального розміщення, так і через лінгвістичні особливості.

Бахші ж за допомогою економіко-статистичних методів дослідив роль креативних кластерів в розвитку урбаністичних районів Великобританії й їх значення для креативних індустрій, використавши такі фактори, як креативна зайнятість, культурні та творчі події [11, С. 17-21]. Результати його аналізу також показали обернений зв'язок між заробітною платою в креативних кластерах та доданою вартістю в розрахунку на одну особу в ньому. Це свідчить про те, що креативні творці часто жертвують заробітною платою заради життя в середовищі креативного кластера. Щоправда, автор відмітив, що кластерні структури креативних індустрій характеризуються розвиненою системою бонусів та премій.

Також, креативні кластери оцінював й вчений Серра. За допомогою використання мікроданих для дослідження детермінант локального скупчення креативних професіоналів та їх ролі в міських районах країни італійський економіст створив емпіричну основу для підтримки кластерних процесів в креативному секторі. Аналіз показав визначаючі фактори розташування креативних сил та місць їх локалізації. Серед них, урбаністичне середовище, наукомістке виробництво, соціальна взаємодія та інтелектуально-творчий потенціал локального простору [27, С. 40-44].

Азіатські дослідники зробили також свій вклад в дослідження креативних кластерів. Зокрема, роль креативної кластеризації на розвиток соціального капіталу в креативному секторі шляхом факторного аналізу оцінили тайванські вчені Чулуунбатара, Отафіаб, Дінг-Банг та Шіан-Фар. Вони виявили, що локалізація креативного класу позитивно впливає на соціальне середовище регіону, зростає рівень взаємодовіри, покращуються форми кооперації, формальні та неформальні зв'язки стають тіснішими та ширшими. Це свідчить про соціальну регенерацію середовища функціонування креативних кластерів. Крім того, науковцями було сформовано три визначника креативних індустрій [6, С.78-79]:

- 1) комплементарна роль, довіра є важливими для розвитку талантів;
- 2) взаємозв'язок соціальних одиниць і спільне бачення майбутнього;
- 3) неформальна та тісна комунікація локальних представників креативного сектору проявляє значний вплив на розвиток галузі.

Для української науки та економіки креативні класери є ще маловивченим явищем, але все ж вже були проведені окремі дослідження. Зокрема, слід відмітити науковий доробок Харламової та Гуменної, які методом факторного аналізу з допомогою тесту Харке-Бера, критерію Бройша-Годфрі та аналізу еластичності факторних моделей оцінили вплив на розвиток креативного сектору, кореляцію між економічними показниками країни та витратами на культурні та креативні продукти [6, С.78-84].

Результату їх аналізу продемонстрували, що зі зростанням доходів населення підвищуються витрати на креативні продукти та послуги, що стимулює креативний сектор до зростання, а він, в свою чергу, збільшує ВВП країни. Окремий вплив мають кредитні ставки, які проявляються позитивний ефект на креативний сектор. Зокрема, зі зменшенням ставок на кредит зростають попит на креативні послуги та кількість задіяних в культурному середовищі. Варто також відзначити, що автори за допомогою аналізу показали, що зростання зайнятості в креативному секторі сприяє зростанню витрат на креативні послуги. Тобто, збільшення кількості результатів креативної

діяльності наповнює ринок та дає можливості вибору креативного блага для потенційних споживачів. В цілому, дослідник підтвердив початкову гіпотезу про вплив вищеописаних факторів на креативний сектор та окремі показники країни.

Значний внесок в оцінювання ролі креативних кластерних структур зробили і продовжують його збільшення громадські локальні та міжнародні організації, урядові інституції. Серед них: Конференція ООН із торгівлі й розвитку, інноваційна фундація «Nesta», Департамент культури, ЗМІ і спорту Великобританії, неурядова організація «Британська рада» та інші. При аналізі ними використані такі методи, як мапування, емпіричні методи, економетричний аналіз, моделювання та інші.

Окремої уваги заслуговує роботи британських організацій «Nesta» та Британської ради. Дані структури вже неперше проводять масштабний огляд креативного середовища Великобританії, виявляють кластерні структури, прогнозують їх ріст та визначають окремі аспекти впливу на середовище функціонування. При аналізі креативних кластерів та індустрій застосовуються методи мапування для виявлення кластерних структур, прогнозування їх показників, економетричний аналіз для виявлення впливу на регіональні індикатори розвитку та тенденції в креативному секторі економіки.

Вищезгадані наукові праці хоча і розкривають сутність кластеризації креативних індустрій та окремі ефекти впливу, проте вони є доволі обмежені в об'єктах свого дослідження. Через брак аналітичних даних і неактуальність окремих показників, доволі часто дослідники приділяють увагу формуванню гіпотез без достовірного підтвердження математичними, статистичними чи економетричними методами. А, отже, не можна судити про правдивість окремих теоретичних напрацювань.

Якщо розглядати та досліджувати теоретичний доробок щодо ефективності функціонування креативних кластерів, зокрема ролі креативних кластерів у формуванні національної конкурентоспроможності, то можна помітити, що ефективність кластеризації креативних індустрій є ще

маловивченим явищем, а оцінювання внеску креативних кластерів на економіку регіону та країни не були ще проведені. Саме це і спонукало нас до вибору впливу кластерів креативного сектору на конкурентоздатність регіону та країни в якості об'єкта дослідження.

Думки науковців у визначенні національної конкурентоспроможності різняться. Всесвітній економічний форум визначає конкурентоспроможність як набір інститутів і чинників, що визначають рівень продуктивності країни, який, в свою чергу, встановлює рівень добробуту, а також визначає норму прибутку, отриманого за рахунок інвестицій в економіку – основний рушій її зростання. Ми дотримуватимемося даної концепції і враховуватимемо методологію розрахунку індексу глобальної конкурентоспроможності, який вимірює мікроекономічні та макроекономічні основи національної конкурентоспроможності. Він поєднує в собі 114 показників підвищення продуктивності і довгострокового добробуту, які розділені на 12 груп – інститути, макроекономічні показники, інфраструктура, охорона здоров'я та професійна підготовка, вища та початкова освіти, ефективність ринків товарів, праці, рівень розвитку фінансового ринку, технологічний розвиток, місткість ринку, рівень розвитку бізнесу та інновації [69, С. 23-27].

Для ґрунтовного аналізу впливу креативних кластерів на конкурентоспроможність національних економік необхідно провести оцінювання їх внеску на національному та регіональному рівнях. Для цієї мети нами було проаналізовано високотехнологічний кластер в США «Кремнієва долина» та його вплив на економічні показники штату Каліфорнія, зокрема, та на національні показники США в цілому.

Об'єктом дослідження було обрано це скупчення креативних підприємств, оскільки Кремнієва долина є чи не найуспішнішим креативним кластером, який більше 40 років активно розвивається на теренах Каліфорнії. Тут розміщені штаб-квартири тисяч високотехнологічних компаній. Наприклад, «Google», «Apple», «eBay» та інших. Кластер, в якому задіяно більше 1,6 млн.

осіб генерує понад 10% ВВП штату, а середній річний прибуток на душу населення складає понад 130 тис. дол. США [66, С. 6-12].

Оцінку впливу було проведено в програмному середовищі STATISTICA за допомогою канонічного кореляційного аналізу, який являє собою статистичний метод для вивчення зв'язку між двома наборами багатовимірних змінних. Вибір методичного підходу пояснюється й тим, що канонічна кореляція доцільна в тих ситуаціях, коли існує безліч взаємозалежних змінних. Канонічний кореляційний аналіз визначає кількість канонічних змінних, ортогональні лінійні комбінації змінних усередині кожного набору, які краще пояснюють мінливість як всередині, так і між множинами.

Для виділення впливу кластерних структур креативних індустрій на регіон та країну було сформовано три окремі набори даних та проведено канонічний кореляційний аналіз для кожної з них.

Перший набір містить економічні показники Кремнієвої долини. Сюди входять приріст зайнятості, додана вартість на одну особу в кластері та венчурні інвестиції в кластер. Для початку було оцінено вплив кластерного утворення на регіональний розвиток та конкурентоздатність, тому другий набір змінних містить чинники конкурентоспроможності штату Каліфорнія. Його складовими є продуктивність праці, загальний експорт товарів, внутрішній валовий продукт штату та середній особистий дохід. Для визначення впливу на конкурентоспроможність національної економіки було виділено третю групу змінних, що представлені у вигляді динамічних показників (Табл. Б.1., Додаток Б), які характеризують:

1. Спроможність країни експортувати свою продукцію, що включає частку міжнародного ринку, яку контролюють національні товаровиробники.
2. Обсяг валового внутрішнього продукту на душу населення.
3. Продуктивність праці в країні.
4. Спроможність залучати іноземний капітал, зокрема вона вимірюється обсягом прямих іноземних інвестицій та часткою транснаціональної корпорації (ТНК) у випуску продукції.

5. Темпи зростання цін на споживчі товари та частку безробітного населення.

6. Індекс глобальної конкурентоспроможності, який розрахований за цілим рядом факторів конкурентоспроможності.

Аналіз проводився поетапно. Спочатку було здійснено аналіз початкових показників, які визначають ефективність та правильність проведення цього дослідження. Серед них показники значущості, тобто частки виділеної дисперсії і залишку в аналізованих наборах даних, канонічне значення кореляції, що демонструє величину достовірності даних, та частки загальної дисперсії кожної з груп, які свідчать про кореляційні зв'язки в кожній з груп змінних.

На наступному етапі виділяються корені канонічного аналізу та серед них визначаються статистично значущі, які і будуть використані для обґрунтування в подальшому. Факторна структура кожного з них, побудована згодом, дала змогу виділити найбільш вагомі показники впливу на кожний з коренів кореляційного аналізу.

Третій етап аналізу полягає у знаходженні кореляції в множинах значень та між двома різними групами показників, про кореляцію між якими було висунуто гіпотезу. Результати, які отримані на цьому етапі, дають змогу виявити фактори та результуючі змінні.

На останньому етапі, побудована модель досліджується на викиди за допомогою побудови діаграми розсіювання канонічних змінних. При відсутності різковиражених викидів гіпотеза приймається й формулюються висновки.

Отже, вибраний нами метод не використовувався раніше в дослідженні кластеризаційних процесів в креативних індустріях і дозволить повною мірою дослідити вплив кластеризації креативних індустрій на показники конкурентоспроможності національної економіки за допомогою багатofакторної моделі канонічного кореляційного аналізу.

Висновки до 1 розділу

1. Креативні індустрії є динамічним та унікальним напрямком розвитку економіки, який охоплює ціла низка інноваційних видів економічної діяльності, що пов'язані з генерацією, експлуатацією, а згодом і комерціалізацією знань, індивідуальної творчості, майстерності й таланту. Вони є потенційними генераторами суспільного благополуччя шляхом формування екологічних місць праці, розширення соціальної взаємодії, зростанням доходів муніципалітетів та бюджетних надходжень, розвиваюся тим самим інфраструктуру та туристичну привабливість регіону й країни.

2. Кластеризація креативних індустрій характеризується органічним, часто урбаністичним об'єднанням творчого людського капіталу з історико-культурним та ціннісно-соціальним середовищем, широкою кооперацією внутрішньогалузевого чи міжгалузевого характеру поміж суб'єктів креативних індустрій та з нетворчими економічними та неекономічними одинцями для взаємодоповнюючого, вигідного використання власного потенціалу й отримання конкурентних переваг. Розвиток креативні кластерів є одним із чинників зростання національної конкурентоспроможності та визначається рядом детермінант, серед яких обережна державна підтримка, фінансові ресурси, історико-культурна спадщина, вільний простір розвитку, розширена мережа взаємодії науково-дослідних інституцій, державних структур та бізнесу.

3. Методогічні підходи до аналізу креативного сектору країни й кластерних одиниць та їх ролі в національній економіці різняться. Окремі вчені використовували для визначення окремих аспектів впливу креативних кластерів за допомогою мапування, економетричні та статистичні методи, серед яких факторний та кореляційний аналізи, прогнозування, індукцію й дедуктивні методи. Проте оцінювання ролі кластеризації креативного сектору країни й, зокрема, впливу на національну конкурентоспроможність методом канонічного кореляційного аналізу не було проведено, що й визначало наш вибір об'єкту дослідження та методологічного підходу.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

2.1. Сучасні тенденції розвитку креативних індустрій

Економічний потенціал креативних індустрій на міжнародному та локальному рівнях почав реалізовуватися в міру того, як країни світу почали вбачати в креативності потужний засіб економічного зростання. Кластеризаційні процеси в креативних індустріях сьогодні відбуваються та сприяють економічному зростанню у всіх куточках світу. Зокрема, креативні кластери успішно функціонують в країнах Європи та Азіатсько-Тихоокеанського регіону, крім того територіальні одиниці Північної Америки, Латинської Америки та Африки активно розвивають креативні індустрії.

За даними Міжнародної конфедерації товариств авторів і композиторів прибуток креативного сектору економіки в світі у 2013 році склав 2,3 трлн дол. США, а це понад 3% світового ВВП, зайнятість же в креативних індустріях загалом сягає позначки 30 млн осіб [26, С. 7-15]. Ці показники мають зростаючу тенденцію, що свідчить про актуальний стан розвитку креативного сектору та його подальші перспективи.

Країни Західної Європи одні з перших переорієнтували свої економіки з промислового вектору розвитку на креативне зростання, тому перші кластеризаційні процеси в креативному секторі можна було спостерігати саме там ще понад двадцять років тому. На сьогоднішній день ці кластери є одні із найпотужніших та найуспішніших на міжнародній арені, оскільки уряди країн бачать в них інструмент розвитку регіональної конкурентоздатності.

Вищенаведені факти посприяли тому, що креативний сектор Європи згенерував у 2013 році додану вартість на понад 700 млрд дол. США (рис. 2.1), що становить більше ніж 3% загального ВВП регіону, а понад 8 млн осіб були зайняті в цьому секторі, як видно з рисунку 2.2.

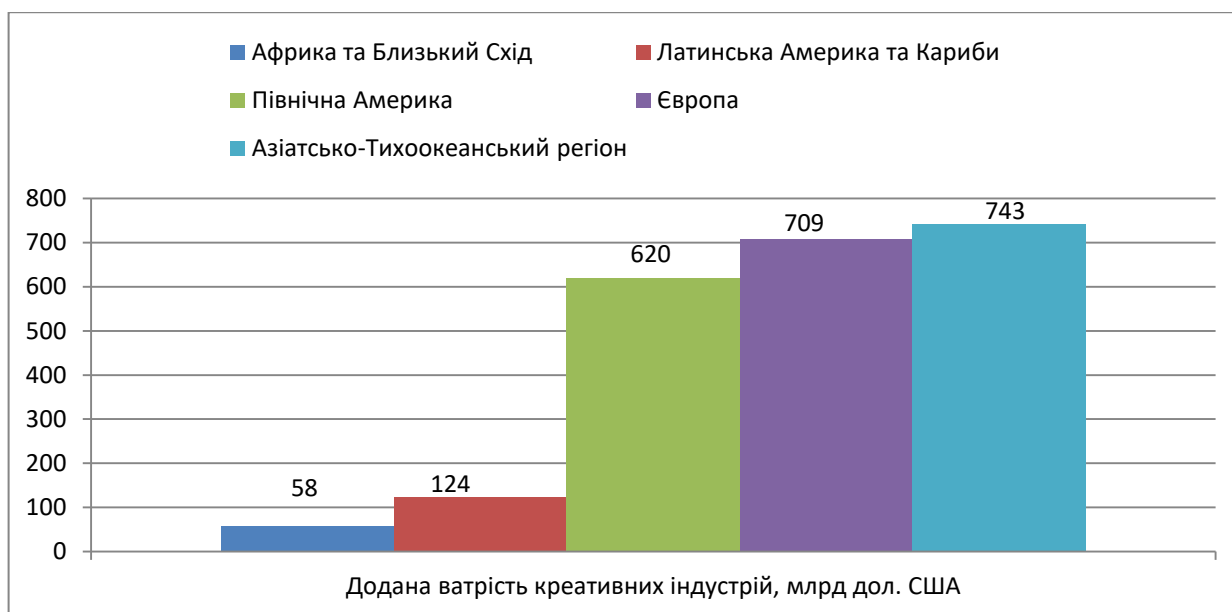


Рис. 2.1. Регіональний розподіл доданої вартості креативного сектору за регіонами

Джерело: розроблено автором за даними [26, С. 16-18].

Значний розвиток демонструють креативні індустрії Північної Америки й Азіатсько-Тихоокеанського регіону, де прибуток від креативної діяльності склав понад 600 та близько 750 млрд дол. США, відповідно, а число працевлаштованих в креативній сфері діяльності є, відповідно, близько 5 та 13 млн осіб.

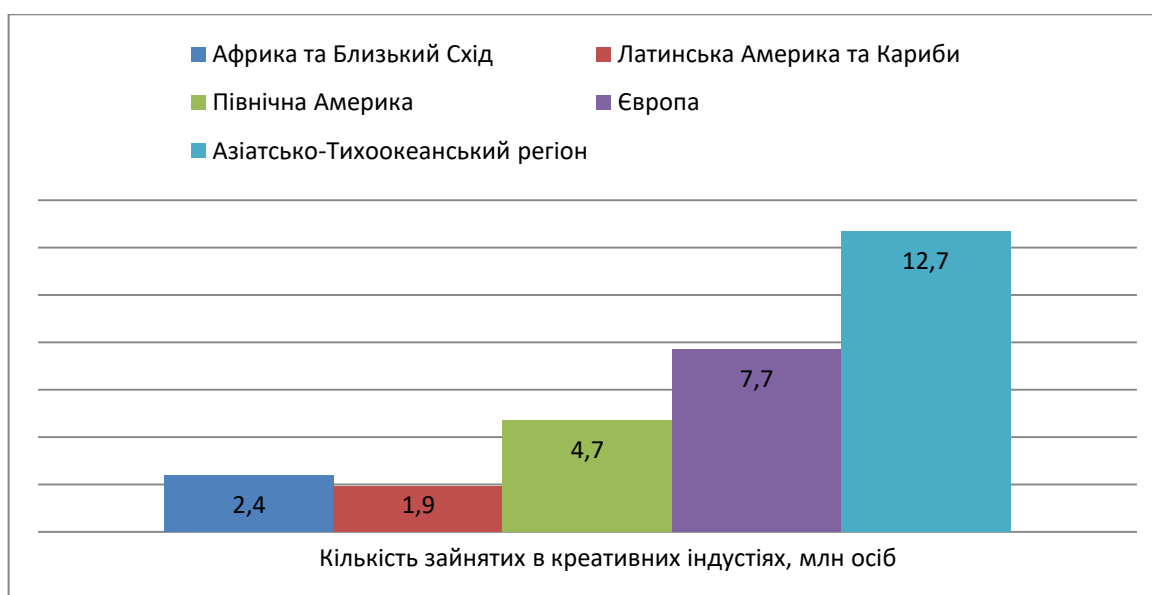


Рис. 2.2. Регіональний розподіл зайнятості в креативних індустріях

Джерело: розроблено автором за даними [26, С. 16-18].

Доволі низькі показники в секторі креативних індустрій спостерігалися в країнах Африки, Близького Сходу й Латинської Америки, де прибуток креативного сектору менший в 5 раз від відповідних показників Азіатсько-Тихоокеанського регіону.

Розподіл доданої вартості за індустріями креативного сектору в регіонах світу є різний, щоправда, для країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону, Північної Америки, та Африки найбільше економічне значення мають напрямки діяльності в індустріях візуальних мистецтв, телебачення та видавничої сфери (рис. 2.3). В європейському регіону ж виділяються сектори реклами, телебачення та візуальних мистецтв, які становлять найбільшу частку доходу креативних індустрій.

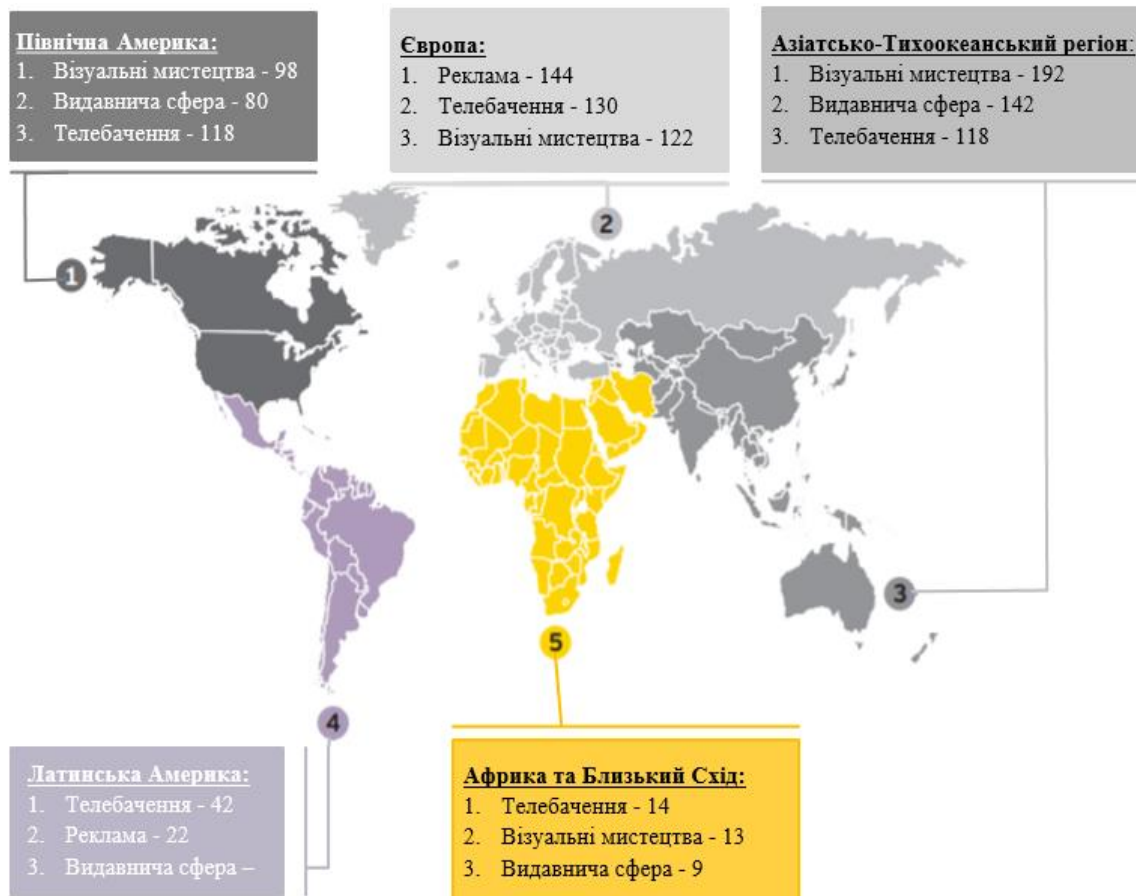


Рис. 2.3. Регіональні показники доданої вартості креативних індустрій, млрд дол. США

Джерело: розроблено автором за даними [26, С. 16-18].

Вищенаведений розподіл згенерованого прибутку окремими креативними індустріями дозволяє лише оцінити одні із традиційних напрямків креативної діяльності, але, щоправда, не демонструє актуальні тенденції розвитку та зростання інших секторів. На сьогоднішній день сектор інформаційних технологій та високотехнологічні, інноваційні напрямки розвитку в інших креативних індустріях мають все більш вагомe значення. Ігрова індустрія, сектор ІКТ, інноваційний маркетинг стають пріоритетними в розвитку креативних індустрій і світової економіки загалом.

Роботизація, змішана та доповнена реальності, штучний інтелект, Інтернет речей – це одні із багатьох світових трендів, перспективних напрямків розвитку креативного сектору. Про це можна судити, зокрема, й з прогнозів міжнародної маркетингової організації «International Data Corporation», за якими витрати на Інтернет речей в 2020 році повинні перевищити 1,1 трлн дол. США, що близько в 2 рази більше, ніж відповідний показник 2017 року (рис. 2.4). Це свідчить про те, що високотехнологічні кластери, які складають на сьогодні значну частку регіональних та національних ВВП, такі як Кембриджський високотехнологічний кластер у Великій Британії та Кремнієва долина у США, перетворилися в рушіїв світового економічного та технологічного прогресів.



Рис. 2.4. Прогноз витрат на Інтернет речей , 2017-2020 рр.

Джерело: розроблено автором за даними [59].

Інноваційні технології несуть в собі як позитивні, так негативні наслідки для суспільства. Наприклад, штучний інтелект використовується для творення контенту в творчих галузях, включаючи музику, мистецтво, моду та кіно, допомагає креативним творцям більш ефективно зіставляти вміст із аудиторією, вивчаючи та класифікуючи уподобання користувачів, а також може сприяти промислового виробництву, виконуючи завдання, які є надто складними чи трудомісткими для людей. Ці позитивні зрушення видозмінюють ланцюжки доданої вартості креативних індустрій. Але штучний інтелект може проявляти негативний ефект. Зокрема, дезінформація через неправильно побудований алгоритм його функціонування.

Уряди країн світу та потенційні інвестори зосереджують своє фінансування в більшій мірі в розробку інновацій та розвиток новітніх напрямків діяльності в креативному секторі. Зокрема, створюють фонди для фінансування окремих програм розвитку, як-от Урядовий фонд промислових стратегічних викликів у Великобританії виділив 80 млн фунтів стерлінгів на впровадження 8 науково-дослідних програм партнерства між промисловістю, бізнесом та університетами в сфері креативних індустрій для збільшення інноваційності креативного сектору. Серед них: програма з розвитку змішаної реальності «Mixed Reality Marketplace», технологічна платформа «R&D for Screen and Stage Futures», програма розвитку сектору комп'ютерних ігор «InGAME – Innovation for Games and Media Enterprise» та інші.

Цифрові технології привертають увагу все більшої кількості креативних талантів, які локалізуючись формують кластери та хаби креативних індустрій за підтримки урядових структур. Успішним прикладом цьому є бельгійська креативна платформа «Digital Wallonia», яка за сприяння уряду регіону Валонія реалізовує програми цифрової трансформації. Діяльність даного креативного суб'єкта зосереджена на розвитку цифрової екосистеми регіону, щоб стимулювати взаємодію між тим, що може запропонувати цифровий сектор та тим, що потребують інші сектори економіки, а також платформа реалізовує політику цифрової інфраструктури для Валонії, сутність якої полягає в

гарантуванні доступу до високошвидкісного широкосмугового зв'язку в усьому регіоні, в збільшенні використання цифрових технологій підприємствами й громадянами, а, як наслідок, в перетворенні Валлонії в цифровий регіон «Giga».

Слід відзначити, що сучасні креативні індустрії все більшою мірою пов'язують свою діяльність з Інтернетом, переходять з діяльності в офлайн середовищі в онлайн простір. Інтернет для креативних кластерів стає простором для кооперації креативних суб'єктів, інструментом реалізації креативних продуктів та ідей й засобом інтернаціональної циркуляції знань й обміну досвідом. Серед 11 найуспішніших компаній, які ведуть свою діяльність в Інтернеті, 7 компаній є представниками креативних індустрій, а решта – пов'язані з креативними галузі економіки (рис. 2.5). Крім того, найбільший виторг генерує представник американського креативного кластеру «Кремнієвої долини» – «Apple» з виторгом близько 230 млрд дол. США.

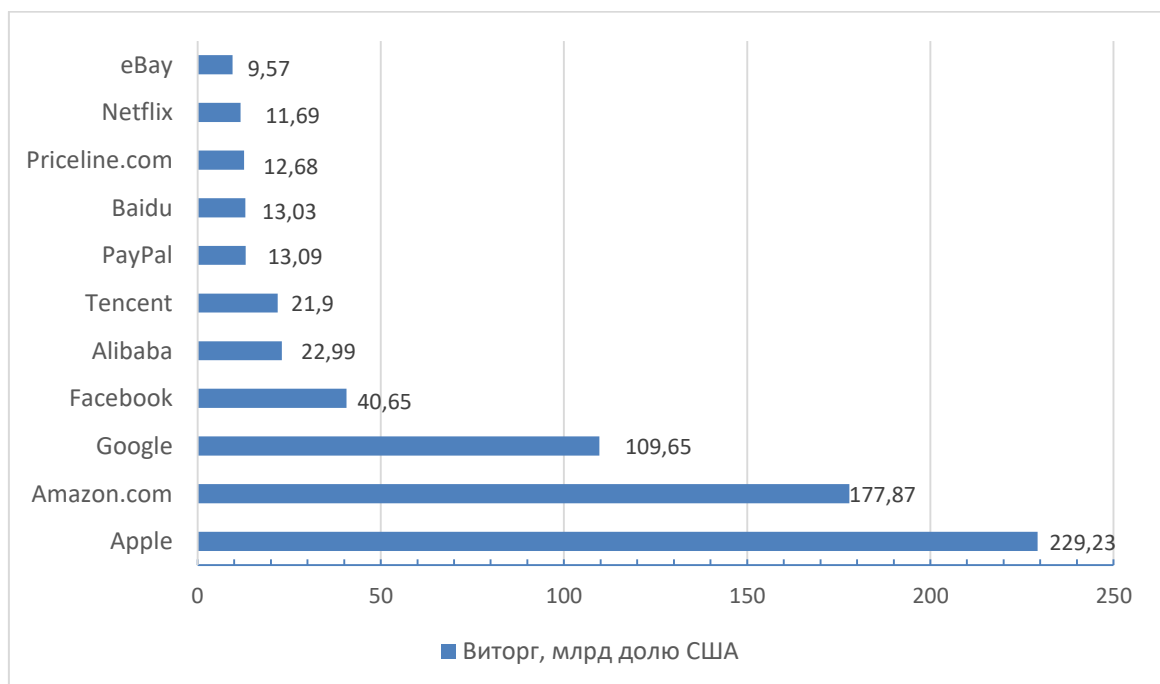


Рис. 2.5. Провідні онлайн-компанії за виторгом, 2017 р.

Джерело: розроблено автором за даними [46].

З розвитком інноваційних напрямків діяльності та середовища Інтернет зростає також значення захисту інтелектуальної власності. Сьогодні результати креативної діяльності часто стажаються від Інтернет-піратства, неправомірного використання та поширення креативних товарів, а прогнози стосовно виручки,

втраченої через Інтернет-піратство є доволі песимістичні. За даними британської дослідницької компанії «Digital TV Research», лише в глобальному секторі онлайн телебачення та кіно в 2022 році буде втрачено понад 50 млрд дол. США, що в майже в 2 рази більше, ніж у 2016 році (рис. 2.6). Саме тому, уряди країн та законодавчі органи регіонів світу працюють активно над тим, щоб забезпечити захист авторських прав на креативні блага та повернути прибуток, який був отриманий в результаті незаконного використання чужого продукту. Зокрема, значні успіхи в боротьбі з онлайн-піратами та в сфері захисту інтелектуальної власності демонструють країни Північної Америки та Європи, де розвинено мережу інститутів контролю та систему штрафних санкцій за порушення авторського права.



Рис. 2.6. Втрачена виручка від онлайн телебачення та кіно через піратство, 2010-2022 р.

Джерело: розроблено автором за даними [33].

Ми вважаємо, що з інноваційними змінами в структурі креативних індустрій змінюється й поведінка користувачів та їх роль. Тепер користувачі інтернету не лише є аудиторією, яка купує та використовує креативні блага, але й творцями нового контенту. Наприклад, в всесвітньо відомій платформі для поширення та монетизації відеороликів «Youtube» користувачі не лише переглядають відео, коментують їх чи критикують, тим самим даючи змогу

вдосконалити сервіс чи продукт, але й створюють власні відеопродукти, поширюють їх.

Сучасні креативні структури не можуть функціонувати без продуманої збутової політики та маркетингової стратегії задля реалізації результатів своєї діяльності. Цифрова революція та прогрес останніх років сприяють тому, що маркетингова діяльність та механізм збуту креативних благ змінюють свою форму. Змішана, віртуальна та доповнена реальності, штучний інтелект та інші інноваційні технології є не лише результатом творчої діяльності креативного класу, але й стають інструментом для успішного продажу інших креативних благ. Наприклад, креативне партнерство в Люксембурзі «Luxembourg Cluster Initiative» за сприяння уряду допомагає креативним кластерам країни, в тому числі, реалізовувати свою продукцію, використовуючи сучасні інструменти маркетингу та новітні розробки, що дозволяє креативним одиницям Люксембурга бути успішними учасниками міжнародних ринкових відносин.

На нашу думку, активні міжнародні інтеграційні процеси креативних суб'єктів є вагомим особливостю актуального зростання креативних індустрій. Адже, креативні кластери та окремі креативні підприємці стають все більш залежними від міжнародних торгівлі та партнерства, а світові економічні відносини креативного сектору та інших галузей економіки країн світу визначають успіх креативної діяльності в рамках країни чи регіону.

Креативні індустрії активно збувають власні результати діяльності на міжнародному ринку. Зокрема, експорт креативних товарів у 2013 році становив 510 млрд дол. США. Міжнародна торгівля в креативному секторі визначає розвиток європейських креативних кластерів. Для прикладу, у Великобританії, де додана вартість креативного сектору складає понад 90 млрд фунтів стерлінгів та за оцінками Федерації креативних індустрій сягне 130 млрд фунтів стерлінгів до 2025 року, на експорт креативних послуг припадає близько 10% загального експорту послуг, а на експорт товарів креативного сектору – більше 5% загальнодержавного експорту товарів. Загалом показник експорту товарів та послуг креативних індустрій Великобританії склав у 2015 році понад

35 млрд фунтів стерлінгів. Ці цифри свідчать про те, що більше третини прибутку від креативного сектору країни складає саме його експортна діяльність [38, С. 13-19].

Міжнародна інвестиційна діяльність, яка є одним із життєвоважливих факторів функціонування креативних кластерів, на сьогодні також значно поглибилася. Лише в Об'єднаному Королівстві кіноіндустрія та телебачення в 2017 році отримали понад 2 млрд фунтів стерлінгів інвестицій з-за кордону, а за період 2016-17 років в країні створено понад 3600 нових робочих місць в креативному секторі завдяки міжнародній інвестиційній діяльності [38, С. 10].

Саме тому, значимість міжнародної економічної діяльності креативного сектору й висока частка експорту креативних продуктів на європейський регіон викликали обурення креативних підприємців після оголошення про Вихід Великобританії з Європейського союзу, так званий «Brexit». Даний крок ставить під сумнів ефективне функціонування креативного середовища Великобританії, оскільки свобода руху капіталу, знань та талантів є джерелом розвитку сучасних креативних структур в світі.

Сучасні креативні індустрії часто локалізуються в урбаністичних районах. Міське середовище найкраще сприяє формуванню мережі креативних підприємців та кластеризаційним процесам. Саме тому, міжнародні організації, як і уряди країн, сприяють формуванню креативних міст та урбаністичних креативних кластерів. Для прикладу, Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культур «ЮНЕСКО» запустила ще в 2004 році з ціллю креативного розвитку соціально-економічного середовища міст програму «UNESCO Creative Cities Network», яка вже в 2010 році охопила понад 60 міст в світі.

Таке зосередження уваги на розвитку креативного сектору в міському середовищі викликало в окремих регіонах світу ряд актуальних проблем, як було зазначено в першому розділі. Креативні кластери вирішують проблеми міського середовища, але при цьому заміське середовище залишається осторонь, за межами економічного розвитку та креативного прогресу.

Щоправда, вже сьогодні окремі країни світу змінюють вектор розвитку креативних індустрій, демонструють, що креативні кластери й самі креативні індустрії можуть не менш успішно функціонувати й сільських чи приміських зонах. Зокрема, уряд Фінляндії звернув увагу на те, що сільська місцевість, яка характеризується природними та історико-культурними вигодами, а також високою якістю та здоровим стилем життя, є міцною основою для зростання креативного сегменту. Зважаючи на це, держава посприяла створенню приміського креативного середовища в селі Фіскар. Ремісники, дизайнери та художники, які переїхали в це старовинне село, принесли нову життєву силу і перетворили його на відомий центр фінського самобутнього мистецтва.

Отже, креативні індустрії сьогодні демонструють значний потенціал розвитку як в міському, так і в сільському середовищі. Їх традиційні й інноваційні напрямки діяльності активно розширюють свою міжнародну економічну діяльність й займають все більше значення в розвитку інноваційних технологій і в науково-технічному прогресі.

2.2. Особливості кластеризації креативних індустрій в зарубіжних країнах

Кластеризаційні процеси в креативному секторі економіки вібуваються сьогодні в багатьох країнах світу, лише в Європі сьогодні налічується більше 1700 кластерів креативних індустрій. Щоправда, шляхи їх становлення, інструменти їх розвитку та механізми функціонування різняться в регіонах світу та окремих країнах.

Європейський регіон, який характеризується особливою культурною самобутністю та багатовіковою історією, завдяки вдалій та активній підтримці креативних індустрій є одним із лідерів в сфері формування кластерних структур, адже саме тут були сформовані перші креативні кластерні одиниці на межі XX та XXI століть. Успіху європейських кластерів посприяло чимало факторів. Зокрема, важливим інструментом у фокусуванні економік Європи на креативних індустріях, а не кризових індустріальних, є політика регенерації індустріальних міст. ЄС реалізує її в рамках низки ініціатив локального

характеру. Серед них програма «Культурна столиця Європи», яка функціонує на щорічній основі з 1985 року. Її сутність полягає у проведенні культурних заходів та популяризації креативності в межах певного міста протягом одного календарного року. Крім того, європейські міста з високим культурним потенціалом з 2004 року активно беруть участь в програмі ЮНЕСКО «Creative Cities Network» та розвивають мережу креативного та інноваційного партнерства з зарубіжними країнами, які також регенерують міське культурне середовище за допомогою цієї програми.

Останнім часом значна увага зі сторони європейських інститутів розвитку приділяється також приміським та малозаселеним районам, для яких характерні культурна самобутність та історична унікальність. Зокрема, в 2007 році Єврокомісія ініціювала програму «Competitiveness and Innovation Framework Programme», серед завдань якої є розвиток креативної екосистеми для інновацій в окремих регіонах ЄС, а в 2011 році був реалізований проект від URBACT (Європейська навчальна програма сприяння сталому розвитку міст) «Креативні кластери в районах з низькою щільністю населення».

Варто відзначити, що все ще існує різниця за рівнем кластеризації креативного сектору в країнах європейського континенту. Так, в східноєвропейських країнах, де політика розвитку креативних індустрій кластерним методом вперше була включена на початку ХХІ століття, доволі помітне відставання від країн Західної Європи, які вже активно впроваджували програми креативної кластеризації в 90-х роках минулого століття. Для прикладу, польські кластерні структури креативного сектору представлені наукомістким сектором, зокрема сферами освіти та фінансових послуг. Агенція розвитку підприємництва Польщі ідентифікувала лише 14 креативних кластерів у країні. Кластеризаційні процеси креативних індустрій, як і впровадження стратегії розвитку креативного середовища, беруть свій початок з 2006 року. Саме тоді було створено першу кластерну структуру «MultiKlaster» [40, С. 170-178]. В креативному секторі Польщі фактично відсутні зрілі та самодостатні кластерні форми через те, що велика кількість кластерних ініціатив в країні

була створена лише для отримання фондів коштів ЄС чи міжнародних організацій з метою реалізації корупційних схем, а також через низку проблем – боязнь конкурентної боротьби в інноваційних напрямках діяльності, брак взаємодовіри, законодавчі перепони. Така ситуація характерна й для інших східноєвропейських країн, як-от Румунія, Чехія, Словаччина та інші.

Все більший потенціал в ЄС демонструють регіональні інститути розвитку як інструмент локального стимулювання кластеризаційних процесів в креативних індустріях та реалізації прорам розвитку креативних індустрій. Прикладом є столиця Великобританії, де створено Лондонське агентство розвитку – установа місцевої влади з розбудови міського середовища та соціально-економічного прогресу. Цей орган відповідальний за розробку стратегій розвитку креативного середовища, їх імплементацію та надання матеріальної допомоги громадським організаціям, які здійснюють свою діяльність в окремих районах міста. Слід відмітити, що таких незалежних структур в столиці Великобританії є понад тридцять, а в усій країні розвинена ціла мережа підприємницьких об'єднань та агенств розвитку регіонів. Серед них є такі об'єднання, як-от «Paddington Development Trust», метою якого є креативна кластеризацій міського району Падінгтон, «Hidden Art of Hackney», який займається розвитком та кооперацією з індустрією моди та дизайну, «City Fringe» – відповідальний за стимулювання діяльності суб'єктів креативного сектору та пошуки шляхів їх розвитку в закинутих будівлях бізнесового осередка Лондона, тощо [4, С. 755].

Об'єднане Королівство займає провідну ланку у формуванні креативних кластерних структур, адже оригінальна концепція креативних індустрій, була розроблена Департаментом культури, ЗМІ і спорту Великобританії в кінці 1990-х років, а згодом була прийнята в інших частинах світу. В країні, за даними «NESTA», в 2018 році було ідентифіковано 48 кластерів креативного сектору. [41, С. 38-42]. Більшість з них розміщені в столиці та в південно-східних регіонах держави.

Найбільшу славу здобув лондонський креативний простір «Внутрішній Лондон», який являється одним із найуспішніших кластерів як в країні, так і в Європейському союзі. В структурі кластера працюють більше 400 тис. креативних талантів та генерується дохід понад 22 млрд фунтів стерлінгів в рік. Ці фактори та активна взаємодія з владними структурами проявили ефект на туристичні потоки в країну. Лише Лондон щорічно відвідують понад 16 млн осіб, що свідчить про успішну політику стимулювання креативної діяльності країни.

Переорієнтування на креативні та культурні індустрії в Об'єднаному Королівстві відбулося ще у 1970-х роках, коли промислові центри почали занепадати, люди втрачали роботу, що зумовлювало зростання безробіття, міське середовище деградувало. Саме тоді ідея креативної регенерації міського середовища стала однією з рятівних для національної економіки. Прикладами таких міст є Манчестер та Шеффілд. Зокрема, металургія та вугільна промисловість в Шеффілді було згорнуто через зміни пріоритетів у світовій економіці. Це все призвело до пошуку нових шляхів розвитку муніципалітетів та видів економічної діяльності. В місті було створено квартал креативних індустрій, де зосереджувалися робочі місця та індустрії, які були альтернативою вугільній промисловості. І вже в 1988 році Шеффілд був відомий за кордоном і став прикладом економічного ренесансу за допомогою поєднання культури, креативу та їх комерціалізації.

На нашу думку, успіх креативних індустрій Великобританії був би неможливим без обмеженого та обачного державного втручання з кінця ХХ століття. Промисловість та уряд працюють в партнерстві, щоб стимулювати найбільш важливий та потенційний сектор економічного росту країни – креативні індустрії. Забезпечення бізнесу вільним середовищем зростання, мінімальне державне регулювання та привабливе для ведення креативного бізнесу податкове середовище, яке заохочує до формування, інвестиційної діяльності та комерціалізації креативної складової, сприяють росту креативного сектору.

Департамент у справах культури, ЗМІ і спорту Великобританії, який є теоретичним новатором в сфері креативних індустрій, має велике значення, оскільки з кінця 90-х років минулого століття кооперував з іншими громадськими та урядовими агенціями, формував разом з ними інструменти стимулювання креативного зростання та кластеризації, сприяв інвестиційним надходженням в креативні індустрії та розробляв основні законодавчі та адміністративні передумови розвитку креативного сектору [4, С. 755-756]. Інші урядові структури, як-от Мистецька рада Англії, Національний фонд з розвитку науки, техніки і мистецтва, Рада кінематографу Великобританії та Департамент з розвитку торгівлі та інвестицій надають підтримку креативним кластерам на локальному рівні, стимулюють залучення інвестицій та експорт, підтримують кластеризаційні процеси в креативному бізнесі [76, С. 5-7].

Особлива експресія британської культури, її різностороннє креативне наповнення, високі моральні та духовні цінності також проявили свій вплив в розвитку креативних кластерів, стимулюючи міжгалузеву кооперацію та суспільну взаємодію. Вищенаведені фактори є першопричинами доволі великої частки креативного класу серед населення країни – 44% в 2015 році, та місця в десятці країн за величиною працівників, задіяних в креативних індустріях [71, С. 39-42].

Цікавим є досвід формування креативних індустрій в США, розвиток яких практично синхронно почався з Великобританією. Американські вчені внесли чималий вклад в розвиток креативного сектора. Сьогодні в країні створено сприятливий клімат для діяльності креативних талантів та продемонстровано значний прогрес в кластеризації креативних індустрій. Слід відмітити, що тут функціонують всесвітньовідомий кластер кінематографу та телебачення «Голлівуд» та високотехнологічний кластер «Кремнієва долина».

Сполучені Штати стимулюють креативні кластери як локально, так і на національному рівні. Фондація з розвитку мистецтв Нової Англії, Центр розвитку мистецтв та культури й інші державні та неурядові структури сприяють експорту результатів креативної діяльності на локальний та зарубіжні

ринки, надають фінансову підтримку, формують основу для взаємодії бізнесу, державних службовців та креативного сектору на регіональному рівні.

Приватні компанії та організації також розвивають креативний сектор. Зокрема, їх активну діяльність помітно в найбільш урбаністичних районах країни. Наприклад, Сан-Франциско завдяки приватному фінансуванню та матеріальній допомозі неурядових організацій запустив платформу розвитку «Bridge». Вона націлена на стимулювання взаємопідтримки та кооперації між досвідченими представниками сектору дизайну цифрових інтерфейсів та продуктів сектору ІКТ в розвитку перспективних стартапів. Партнерську допомогу програмі надають всесвітньовідомі компанії та корпорації, як-от Dropbox, Pinterest, Khan Academy, Flipboard, Coursera [4, С. 755].

Ми переконані, що успіху кластерам в креативних індустріях Європи та Північної Америки слід завдячувати освітнім та дослідницьким центрам, інститутам розвитку креативного класу. Зокрема, Каліфорнійський та Стенфордський університети в більшій мірі поповнюють Кремнієву долину креативним класом, а освітні центри регіону виступають простотором для формування креативних мереж, інкубаторами досвіду та знань, стимулюють багатосторонні зв'язки університетів та влади з креативним сектором. Значну роль відіграють також просвітницькі ініціативи, які займаються просуванням стартапів. В Іспанії, для прикладу, функціонує тренінгова платформа «CREAMEDIA», а німецьким аналогом є ініціативи «Existenzgründungsinitiative Hannover Region» та «Career & Transfer Center»

Фінансуванням креативних кластерів на цих континентах займаються велика кількість організацій та фондів структур. Кластеризаційні процеси локально розвиваються завдяки коштам приватних осіб та муніципалітетів, грантових надходжень та вкладам учасників креативних кластерів. Наприклад, малий та середній креативний бізнес Берліна для стимулювання свого росту отримує потік інвестицій від фундації «VC Fonds Kreativwirtschaft Berlin» і інвестиційного банку «Investitionsbank Berlin». Крім того, інноваційні види діяльності, якими займаються креативні кластери, приваблюють чималу

кількість «інвестиційних ангелів». Зокрема, Кремнієва долина отримала в 2017 році більше 350 млн дол. США в якості ангельських інвестицій [66, С. 6-12].

Креативні кластери присутні також в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, де в окремих країнах почали розвиватися ще з кінця ХХ століття. Зокрема, в Австралії, яка є одна із основоположниць теорії креативних індустрій разом з Великобританією. Тут уряд розвивав мережу креативних кластерів в урбаністичних регіонах країни, сприяв інвестиційній діяльності та формував середовище креативного зростання. Державні установи країни впроваджують сьогодні нові політики креативного прогресу. Наприклад, основною стратегічною опорою для креативних кластерів є програма розвитку «Creative Australia 2020», в основу якої покладені основні шляхи стимулювання креативних індустрій, як-от сучасне спонсорство та урядова підтримка, імплементація та фінансування цифрових новацій, інвестування та централізація на культурі аборигенів та інших корінних народів Австралії.

Унікальна культурна спадщина характерна також для азіатських країн, де креативний секторі з особливим культурним забарвленням надзвичайно сильний. Серед них виділяються китайські креативні кластери, які функціонують в рамках соціалізму, вирішують спільно проблемні питання та розвиваються в напрямку всенародних цілей. Основна фінансова підтримка в більшій мірі тут надходить зі сторони центральної влади. Для китайських креативних індустрій також характерна політика регенерації міського середовища та формування креативних мереж кластерних структур. Для прикладу, Шанхай, який славиться своїм промисловим спрямуванням, виступає активним реципієнтом інвестицій в креативний сектор, а на найближчі 5 років тут передбачено створення більше тисячі креативних парків та хабів, кластерних одиниць, інноваційних культурних просторів [4, С. 754].

Країни Африки мають невеликий досвід в формуванні креативних кластерів, що, на нашу думку, демонструє невдалу урядову політику зростання. Адже, регіон має чимало унікальних звичаєвих та культурних особливостей, креативне різноманіття, що є міцним фундаментом для креативного росту.

Окремі кластерні структури отримують мізерне фінансування зі сторони владних структур, але чималі зусилля до розвитку креативного докладають міжнародні організації та розвинені країни. Серед них активно фінансує африканський континент Британська рада.

Зовсім інша ситуація, але доволі неоднорідна на Близькому Сході, де окремі країни, як от Катар, ОАЕ, показують значні успіхи в розвитку креативних інститутів розвитку та кластеризаційних процесів. Особливу увагу тут влада концентрує на роботизації, цифрових технологіях та інших інноваційних сферах. Для прикладу, Дубаї активно залучає іноземних креативних фахівців та інвестує чималі кошти в розробку новацій. Вже сьогодні тут функціонують наукові парки, освітні центри з розвитку креативного класу, окремі кластерні структури.

Чи не останнім позитивним детермінантом світового креативного зростання кластерним методом, на наш погляд, є міжнародні обмін досвідом та співпраця. Політика відносно креативних кластерів у Індонезії, для прикладу, формується під впливом британської концепції креативних індустрій, налагоджено двостороннє співробітництво в креативних індустріях між Індонезією і Великобританією, а Британська рада фінансує кластерні ініціативи. Така ж кооперація характерна не лише для азіатських та африканських країн, оскільки програми спільного розвитку креативних кластерних структур активно реалізуються й в Європі та Північній Америці.

Різноманітний досвід кластеризації креативних індустрій в країнах та регіонах світу дав змогу нам підсумувати та виділити основні детермінанти класерного росту креативних і ндустрій за допомогою зведеного аналізу визначників становлення кластерів в креативному секторі (Табл. 2.1.).

Аналіз міжнародного досвіду кластеризації креативних індустрій націлене не лише на визначення шляхів, засобів та визначників розвитку кластерних креативних утворень, але й на виокремлення ролі сектору креативних кластерів у становленні національної конкурентоспроможної економіки.

Таблиця 2.1

Зведений аналіз детермінант розвитку креативних кластерів в країнах та
регіонах світу

Країна / регіон	Особливі ознаки становлення креативних кластерів
Європейський союз	Високий рівень культурного середовища; Достатня кількість фінансових ресурсів та їх джерел; Низький рівень корупційної складової; Значний рівень взаємної довіри; Стратегії урбаністичної регенерації міст з акцентом на локальне середовище.
Великобританія	Концептуальні засади креативних індустрій; Великий історично-культурний спадок; Міцна взаємодія креативного бізнесу та уряду країни; Розвинена мережа регіональних інститутів розвитку; Значна кількість представників креативного класу; Розвинена наукова, освітня та дослідна інфраструктура.
Польща	Страх перед інноваційними напрямками діяльності; Корупційна складова; Переважає кількість наукомістких кластерів; Корисливі цілі в розвитку креативних кластерів; Слабка законодавча база.
США	Розвинена система кооперації науково-дослідних центрів та університетів; Велика частка ангельських інвестицій та масштабна урядова матеріальна підтримка; Широка мережа взаємодії економічних агентів.
Близький Схід	Креативне зростання в інноваційних сферах; Чимало фінансових ресурсів; Релігійний вплив на креативний розвиток; Розвинені нові взаємопов'язані інститути зростання креативного сектору.
Китай	Становлення під соціалістичними ідеями; Контроль зі сторони владних структур; Масштабна політики регенерації міського середовища; Інвестиційні надходження в більшій мірі від муніципалітетів.

Джерело: розроблено автором за даними [4, С. 756].

Порівняння проаналізованих країн за індексом глобальної конкурентоспроможності показує те, що європейські країни та територіальні одиниці Азіатсько-Тихоокеанського регіону, де саме спотерігається активний розвиток та багатий досвід кластеризації креативних індустрій, є лідерами (Табл. 2.2). Але, Польща через недобросовісну стратегію розвитку та КНР через надмірний контроль владних структур й обов'язкову соціалістичну конценцію поступаються іншим представникам своїх регіонів й креативним гігантам, як-от: Німеччина, Нідерланди, Сінгапур, Японія. Близький Схід

посідає також високі позиції та все ж демонструє негативну тенденцію, що може бути пов'язано з військовими конфліктами та політичною кризою окремих країн в регіоні.

Таблиця 2.2

Країни в рейтингу конкурентоспроможності за 2016-2017 рр.

Країна	Позиція (зі 140), 2017 р.	Значення індексу (1–7), 2017 р.	Позиція (зі 138), 2016 р.	Значення індексу (1–7), 2016 р.
Швейцарія	1	5.86	1	5.81
США	2	5.85	3	5.70
Сінгапур	3	5.71	2	5.72
Нідерланди	4	5.66	4	5.57
Німеччина	5	5.65	5	5.57
Гонконг	6	5.53	9	5.48
Великобританія	8	5.51	7	5.49
Японія	9	5.49	8	5.48
ОАЕ	17	5.30	16	5.26
Катар	25	5.11	18	5.23
Китай	27	5.00	28	4.95
Польща	39	4.59	36	4.56

Джерело: розроблено автором за даними [69; 70].

Отже, міжнародний досвід розвитку кластерів креативних індустрій, їх функціонування та впливу є багатогранним, а інструменти та вектори імплементації кластеризаційних процесів в креативному секторі – різні. Втім, це дає можливість врахувати помилки та успішні кроки при розбудові національної конкурентоспроможної економіки.

2.3. Оцінювання ефективності кластеризації креативних індустрій

При проведенні оцінювання ефективності кластеризаційних процесів в креативних індустріях, зокрема в Кремнієвій долині, було висунуто гіпотезу про наявність взаємозв'язку між динамічними показниками кластерного утворення та економічними індикаторами штату Каліфорнія й Сполучених Штатів Америки. Крім того, кластерні змінні розглянуто в якості факторних ознак, а регіональні та національні – як результативні.

Результати канонічного аналізу впливу Кремнієвої долини на показники конкурентоспроможності економіки штату демонструють, що між групами змінних є сильна кореляція ($R \approx 0,994$), та значуща, оскільки частка виділеної

дисперсії та залишків в кожному наборі змінних менше 0,01 ($p < 0,01$). Крім того, загальна надлишковість показників кластера є доволі великою (75,14%), тобто більше 75% змін першої множини значень пояснюються другою (рис. 2.7). Показники штату Каліфорнія обґрунтовують близько 90% змін своєї множини значень динамічними показниками кластера.

За результатами канонічного аналізу виділено 3 корені, серед яких лише перший є статистично значущим ($p < 0,001$), тобто лише один корінь канонічного аналізу повинен бути проаналізований більш детально та може бути адекватно використаний для інтерпретації в подальшому, що видно на рисунку 2.8.

Canonical Analysis Summary		Left Set		Right Set	
Canonical R: ,99359					
Chi ² (12)=55,654 p=0,0000					
N=13					
No. of variables		3		4	
Variance extracted		100,000%		95,8834%	
Total redundancy		75,1376%		89,9536%	
Variables:	1	Зайнятість Кремнієвої долини, осіб		Доходи на душу населення Каліфорнії, дол. США	
	2	Додана вартість на одну особу Кремнієвої долини, дол. США		ВВП Каліфорнії, млн дол. США	
	3	Венчурні інвестиції в Кремнієву долину, тис. дол. США		Продуктивність праці в Каліфорнії, дол. США	
	4			Експорт товарів з Каліфорнії, дол. США	

Рис. 2.7. Вікно підсумків канонічного аналізу

Джерело: розроблено автором.

Зважаючи на сильну кореляцію другого кореня та його неістотну значущість, врахуємо його також, щоб мати змогу повною мірою пояснити зміни залежних показників.

Root Removed	Chi-Square Tests with Successive Roots Removed					
	Canonical R	Canonical R-sqr.	Chi-sqr.	df	p	Lambda Prime
0	0,993593	0,987227	55,65382	12	0,000000	0,000952
1	0,961379	0,924249	20,77044	6	0,002022	0,074549
2	0,125982	0,015871	0,12799	2	0,938010	0,984128

Рис. 2.8. Перевірка значущості канонічних коренів

Джерело: розроблено автором.

Визначивши кореляцію всередині групи змінних кластера (рис. 2.9), встановлено, що існує помірний взаємозв'язок між кількістю зайнятих в

креативній структурі, продуктивністю праці в кластері й між інвестиційними надходженнями в Кремнієву долину та зайнятістю населення в ній.

Root Variable	Correlations, left set		
	Зайнятість Кремнієвої долини, осіб	Додана вартість на одну особу Кремнієвої долини, дол. США	Венчурні інвестиції в Кремнієву долину, тис. дол. США
Зайнятість Кремнієвої долини, осіб	1,000000	0,788803	0,618850
Додана вартість на одну особу Кремнієвої долини, дол. США	0,788803	1,000000	0,355349
Венчурні інвестиції в Кремнієву долину, тис. дол. США	0,618850	0,355349	1,000000

Рис. 2.9. Кореляція всередині першого набору змінних

Джерело: розроблено автором.

Як видно з рисунку 2.10, найбільш взаємопов'язаними всередині другого набору змінних є доходи на душу населення з валовим внутрішнім продуктом штату, що свідчить про те, що ці змінні визначають одна одну більше ніж 99%. Слід відмітити, що додана вартість на душу населення Каліфорнії та його показник експортної діяльності сильно корелюють з індикатором доходів населення та ВВП штату, тобто зі збільшенням продуктивності праці в регіональних підприємств та зі зростанням присутності на іноземних ринках товаровиробників Каліфорнії її ВВП та доходи на душу населення також зростають. Крім того, решта змінних показують доволі сильну кореляцію. Це свідчить про те, що регіональні показники розвитку є взаємозалежними – зміна одного ряду призводить до зміни іншого показника.

Root Variable	Correlations, right set			
	Доходи на душу населення Каліфорнії, дол. США	ВВП Каліфорнії, млн дол. США	Продуктивність праці в Каліфорнії, дол. США	Експорт товарів з Каліфорнії, дол. США
Доходи на душу населення Каліфорнії, дол. США	1,000000	0,995962	0,868949	0,848035
ВВП Каліфорнії, млн дол. США	0,995962	1,000000	0,869791	0,821808
Продуктивність праці в Каліфорнії, дол. США	0,868949	0,869791	1,000000	0,796221
Експорт товарів з Каліфорнії, дол. США	0,848035	0,821808	0,796221	1,000000

Рис. 2.10. Кореляція всередині другого набору змінних

Джерело: розроблено автором.

Найважливішими для нашого аналізу є кореляції між групами змінних. При розгляді взаємозв'язків між наборами змінних нами було виявлено, що

рівеню зайнятості населення в Кремнієвій долині є сильно корельованим з регіональною продуктивністю праці та внутрішнім продуктом штату (рис. 2.11). А, отже, ми стверджуємо, що зайнятість є пояснюючою ознакою для змін виробничого показника штату та доходів населення, тобто зі зростанням кількості зайнятих в креативній локалізації Каліфорнії збільшується ВВП регіону та зростає благополуччя населення шляхом зростання доходів.

Крім того, додана вартість на одну особу креативного кластера взаємопов'язана з продуктивністю праці в штаті й експортом товарів. Відповідно до цього, можна підвести підсумок, що продуктивність праці в кластері має позитивний вплив як на експорт товарів, так і на загальну додану вартість в регіоні. Важливим показником є і доходи на душу населення, які, згідно з аналізом, залежать як від зайнятості, так і продуктивності праці.

Root Variable	Correlations, left set with right set			
	Доходи на душу населення Каліфорнії, дол. США	ВВП Каліфорнії, млн дол. США	Продуктивність праці в Каліфорнії, дол. США	Експорт товарів з Каліфорнії, дол. США
Зайнятість Кремнієвої долини, осіб	0,935574	0,948081	0,695842	0,683790
Додана вартість на одну особу Кремнієвої долини, дол. США	0,923598	0,921836	0,970645	0,826071
Венчурні інвестиції в Кремнієву долину, тис. дол. США	0,461170	0,478461	0,303839	0,281452

Рис. 2.11. Кореляція між першими наборами змінних

Джерело: розроблено автором.

Найменшу ж частку прямого впливу проявляє інвестиційна діяльність в регіоні, що пояснюється її безпосереднім впливом на множину значень креативного кластера та опосередкованим ефектом на економічні індикатори регіону.

Дослідивши факторну структуру та надлишковість, нами встановлено, що перший канонічний корінь визначається з першої групи змінних зайнятістю в кластері, а другий – продуктивністю праці (рис. 2.12). З групи регіональних показників перший корінь пояснюється ВВП, другий – продуктивністю праці. Ці показники пояснюють найбільшу частку дисперсії в своїх групах.

Root	Factor Structure, left set		
Variable	Root 1	Root 2	Root 3
Зайнятість Кремнієвої долини, осіб	0,969745	-0,242528	-0,027831
Додана вартість на одну особу Кремнієвої долини, дол. США	0,914302	0,404840	-0,012523
Венчурні інвестиції в Кремнієву долину, тис. дол. США	0,565198	-0,375991	0,734290

Root	Factor Structure, right set		
Variable	Root 1	Root 2	Root 3
Доходи на душу населення Каліфорнії, дол. США	0,967876	0,223863	-0,113002
ВВП Каліфорнії, млн дол. США	0,977980	0,204453	-0,026939
Продуктивність праці в Каліфорнії, дол. США	0,755052	0,652051	0,068687
Експорт товарів з Каліфорнії, дол. США	0,730234	0,415504	-0,361691

Рис. 2.12. Факторна структура двох наборів показників

Джерело: розроблено автором.

Побудувавши для візуалізації канонічних показників діаграму розсіювання змінних канонічного аналізу (рис. 2.13), було виявлено, що рисунок не містить різко виражені викиди чи характерні обриси. Отже, співвідношення між значеннями канонічних змінних з правої і лівої множин, доводить, що істотних порушень канонічного аналізу немає, а сам аналіз є адекватним.

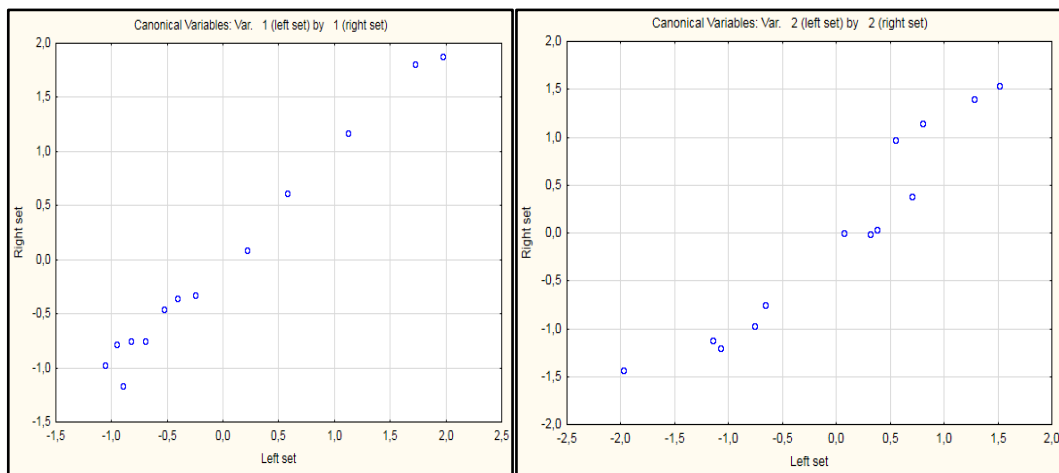


Рис. 2.13. Діаграма дисперсії канонічних коренів

Джерело: розроблено автором.

Підсумовуючи канонічний аналіз кластерних та регіональних показників, слід зазначити, що число зайнятих в Кремнієвій долині та їх продуктивність праці проявляють чималий вплив на регіональну конкурентоспроможність. Венчурні інвестиції не проявляють прямого ефекту, лише опосередкований

шляхом генерації місць працевлаштування для креативного класу, а, відповідно, і збільшення зайнятості.

Розглянувши результати канонічного аналізу впливу Кремнієвої долини на показники конкурентоспроможності національної економіки США, виявлено статистично значущу кореляцію ($R \approx 0,998$, $p < 0,01$). Загальна надлишковість показників кластера становить 88,12%, тобто близько 90% змін першої множини значень пояснюються другою (рис. 2.14). Соціально-економічні показники країни пояснюють майже 70% змін своєї множини значень кластерними даними.

Canonical Analysis Summary		
Canonical R: ,99783		
Chi?(21)=59,893 p=.00001		
N=13		Right Set
Left Set		
No. of variables	3	7
Variance extracted	100,000%	75,6079%
Total redundancy	88,1171%	69,4238%
Variables:	1 Зайнятість Кремнієвої долини, осіб	Індекс кокурентоспроможності США
	2 Додана вартістьна одну особу Кремнієвої долини, дол. США	Прямі іноземні інвестиції, млн. дол. США
	3 Венчурні інвестиції в Кремнієву долину, тис. дол. США	Рівень інфляції США, %
		Рівень безробіття США, %
		Експорт товарів та послуг з США, млн дол. США
		Реальний ВВП на душу населення США, дол. США
		Продуктивність праці США, дол. США

Рис. 2.14. Результати канонічного аналізу

Джерело: розроблено автором.

Канонічний аналіз дозволив виділити 3 корені, серед яких лише перший є статистично значущим ($p < 0,001$) і може бути адекватно використаний для інтерпретації в подальшому (рис. 2.15).

Root Removed	Chi-Square Tests with Successive Roots Removed					
	Canonical R	Canonical R-sqr.	Chi-sqr.	df	p	Lambda Prime
0	0,997831	0,995667	59,89290	21	0,000013	0,000100
1	0,981230	0,962813	24,52341	12	0,017280	0,022987
2	0,617950	0,381862	3,12678	5	0,680448	0,618138

Рис. 2.15. Перевірка значущості канонічних коренів

Джерело: розроблено автором.

На рисунку 2.16 продемонстровано кореляційні зв'язки всередині групи національних змінних. Найбільш взаємопов'язаними між собою показниками США є реальний ВВП на душу населення та експорт товарів й послуг з

продуктивністю праці. Тобто, зі зростанням продуктивності праці зростає частка іноземного ринку, яку охоплюють американські товаровиробники, а, відповідно, зростає валовий внутрішній продукт країни.

Крім того, варто виділити значну обернену кореляцію між рівнем безробіття та індексом конкурентоспроможності, національним виробничим показником. Очевидно, що зі зменшенням частки безробітного населення зростає ВВП США, а показник глобальної конкурентоспроможності демонструє позитивну динаміку.

Root Variable	Correlations, right set						
	Індекс конкурентоспроможності США	Прямі іноземні інвестиції, млн. дол. США	Рівень інфляції США, %	Рівень безробіття США, %	Експорт товарів та послуг з США, млн дол. США	Реальний ВВП на душу населення США, дол. США	Продуктивність праці США, дол. США
Індекс конкурентоспроможності США	1,000000	0,158697	0,247863	-0,774305	-0,274229	0,321881	-0,069623
Прямі іноземні інвестиції, млн. дол. США	0,158697	1,000000	-0,045697	-0,450530	0,378316	0,555433	0,338311
Рівень інфляції США, %	0,247863	-0,045697	1,000000	-0,314831	-0,346002	-0,271222	-0,510974
Рівень безробіття США, %	-0,774305	-0,450530	-0,314831	1,000000	0,073353	-0,560826	0,000673
Експорт товарів та послуг з США, млн дол. США	-0,274229	0,378316	-0,346002	0,073353	1,000000	0,668309	0,820933
Реальний ВВП на душу населення США, дол. США	0,321881	0,555433	-0,271222	-0,560826	0,668309	1,000000	0,813622
Продуктивність праці США, дол. США	-0,069623	0,338311	-0,510974	0,000673	0,820933	0,813622	1,000000

Рис. 2.16. Кореляція всередині третього набору змінних

Джерело: розроблено автором.

При аналізі кореляційних зв'язків двох множин (рис. 2.17) було встановлено:

1. Додана вартість однієї особи в Кремнієвій долині значно корелює з продуктивністю праці США ($R=0,981$). Можна припустити, що збільшення показника продуктивності в креативному кластері відіграє значну роль її загальнодержавному показнику. Локальне збільшення продуктивності праці сприяє також зростанню національного експорту товарів та послуг й зменшенню рівня інфляції.

2. Частка зайнятих у кластері креативних індустрій сильно корелює з реальним ВВП країни й є обернена залежність з рівнем безробіття. Тому ми стверджуємо, що інтенсифікація кластеризаційних процесів в креативному секторі економіки, формування нових місць праці й залучення людського

капіталу сприяють зростанню основного виробничого показника та зменшенню кількості безробітних громадян.

Root Variable	Correlations, left set with right set						
	Індекс кокурентоспроможності США	Прямі іноземні інвестиції, млн. дол. США	Рівень інфляції США, %	Рівень безробіття США, %	Експорт товарів та послуг з США, млн дол. США	Реальний ВВП на душу населення США, дол. США	Продуктивність праці США, дол. США
Зайнятість Кремнієвої долини, осіб	0,469870	0,60785	-0,258561	-0,609049	0,651087	0,948979	0,733740
Додана вартість на одну особу Кремнієвої долини, дол. США	0,000316	0,311182	-0,474955	-0,104461	0,831103	0,862151	0,981703
Венчурні інвестиції в Кремнієву долину, тис. дол. США	0,549907	0,328794	0,171778	-0,702579	0,203459	0,592420	0,282106

Рис. 2.17. Кореляція між другими наборами змінних

Джерело: розроблено автором.

Крім того, зайнятість демонструє позитивний вплив на національний експорт товарів та послуг й залучення іноземних інвестицій, що свідчить про активну участь кластерної структури в міжнародній діяльності й в стимулюванні експортної складової національної економіки.

3. Венчурні інвестиційні надходження взаємозалежні з реальним ВВП на душу населення та рівнем безробіття. Отже, сприятливий інвестиційний клімат Кремнієвої долини залучає чималу кількість як внутрішніх, так і зовнішніх інвестицій, які є двигуном національної кокурентоспроможності шляхом зменшення числа безробітних та збільшення внутрішнього валового продукту. Також з рисунку видно, що венчурні інвестиції становлять значну частку прямих іноземних інвестицій в країну.

4. Індекс кокурентоспроможності є найменш корельованою зміною, що пояснюється великою кількістю індикаторів при його розрахунку. Відповідно, множина з 3 змінних не може проявити значного ефекту на всеохоплюючий показник. Тим не менш, невеликий вплив на даний показник демонструють індикатори зайнятості в креативній структурі штату та інвестиційних надходжень в регіон.

Дослідження факторної структури та надлишковості показує, що перший і єдиний канонічний корінь визначається з першої групи змінних кількості зайнятого населення Кремнієвої долини (рис. 2.18). А множини національних

показників перший корінь пояснюється реальним валовим внутрішнім продуктом країни в розрахунку на душу населення.

Root Variable	Factor Structure, left set		
	Root 1	Root 2	Root 3
Зайнятість Кремнієвої долини, осіб	0,969745	-0,242528	-0,027831
Додана вартість на одну особу Кремнієвої долини, дол. США	0,914302	0,404840	-0,012523
Венчурні інвестиції в Кремнієву долину, тис. дол. США	0,565198	-0,375991	0,734290

Root Variable	Factor Structure, right set		
	Root 1	Root 2	Root 3
Індекс кокурентоспроможності США	0,313899	-0,715437	0,240061
Прямі іноземні інвестиції, млн. дол. США	0,520773	-0,417778	-0,262342
Рівень інфляції США, %	-0,351355	-0,378817	0,507265
Рівень безробіття США, %	-0,448916	0,760788	-0,371828
Експорт товарів та послуг з США, млн дол. США	0,755858	0,352270	-0,204646
Реальний ВВП на душу населення США, дол. США	0,968668	-0,053195	0,058386
Продуктивність праці США, дол. США	0,871799	0,467503	-0,081732

Рис. 2.18. Факторна структура двох наборів змінних

Джерело: розроблено автором.

Візуалізація значень канонічних змінних з правої і лівої множин, зображена на рисунку 2.19, вказує на те, що канонічний аналіз проведено правильно, а його результати – адекватні.

Отже, всі три показники Кремнієвої долини впливають на окремі індикатори національної економіки США, а, отже, висунуту гіпотезу на початку дослідження підтверджено.

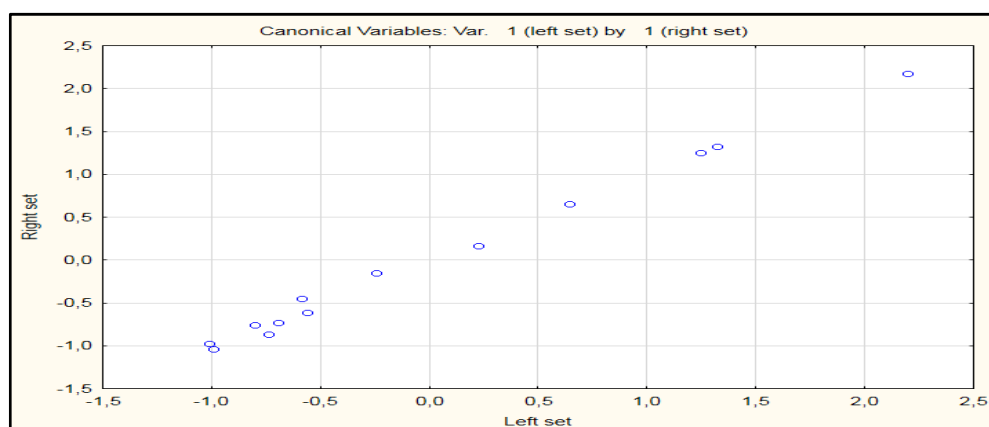


Рис. 2.19. Діаграма дисперсії канонічних коренів

Джерело: розроблено автором.

Відповідно до цього аналізу внеску креативних кластерів на конкурентоздатність національної економіки, ми можемо підсумувати, що

ефективність кластеризаційних процесів в креативному секторі економіки висока. Зокрема, формування та розвиток креативних кластерів посилюють конкурентоспроможність як регіону, так і держави.

Висновки до 2 розділу

1. Сьогодні креативні індустрії є доволі розвиненим сектором світової економіки, але різняться за своїм розвитком залежно від регіону світу: Азіатсько-Тихоокеанський регіон та Європа разом з Північною Америкою є найбільш прогресивними. Креативний сектор переорієнтовується на інноваційні напрямки розвитку, продукує та використовує цифрові блага, як-от віртуальна та змішана реальність, робототехніка, штучний інтелект.

2. Міжнародний досвід кластеризації демонструє, що креативні індустрії характеризуються кластеризаційними процесами вже понад 20 років, їх шляхи стимулювання є різними: від ліберальних європейських та американських зі свободою та простором зростання креативного сектору й обережною підтримкою держави до азіатських, які обмежені рамками соціальної ідеології, повною мірою контролюються владними структурами й ними ж фінансуються. Африканські ж креативні кластери є малорозвинені через брак ресурсів та урядової підтримки, а Близький Схід активно впроваджує систему підтримки креативних індустрій та спрямований на інноваційні сектори.

3. Оцінювання впливу кластерів на конкурентоспроможність національної економіки продемонструвало значну взаємозалежність між показниками двох категорій. Зайнятість, продуктивність праці та надходження венчурного капіталу в Кремнієву долину корелюють з показниками національної та регіональної конкурентоспроможностей США, зокрема, з експортом товарів, реальним ВВП, доданою вартістю, рівнями безробіття та інфляції, продуктивністю праці. Це свідчить, що кластеризація креативного сектору забезпечує регіональний та національний прогресивний розвиток в контексті глобальних трансформаційних змін та конкуруючого середовища.

РОЗДІЛ 3.

ПЕРСПЕКТИВИ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В УКРАЇНІ НА ОСНОВІ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ

3.1. Передумови кластеризації креативних індустрій у вітчизняній економіці

Креативні кластери як і самі креативні індустрії є ще новим явищем для української економіки. В міру економічної нестабільності, зменшення ролі промислового потенціалу та розвитку євроінтеграційних процесів креативний сектор України набуває вагомого значення. Розвиток кластерів креативних індустрій та їх мережі стане першим кроком на шляху до гнучкої прогресивної економіки країни.

За індексом глобальної креативності, що розраховується на основі трьох індикаторів – таланту, технологій та толерантності, Україна посіла 45 місце зі 139 країн, що свідчить про великий потенціал розвитку креативного сектору [51, С. 54]. Крім того, за останні 5 років було реалізовано чимало кластерних ініціатив в креативному секторі, а розвиток креативних індустрій як одне із пріоритетних завдань міститься в «Довгостроковій національній стратегії розвитку української культури – 2025». Серед реалізованих креативних проектів є креативний кластер «Сузір'я», що побудований на кооперації майстрів ліжникарства на Івано-Франківщині, арт-простір «!FESTrepublic» та кластерна ініціатива «Фабрика повидла» в Львові, інноваційна платформа «Lem Station», розвинена мережа IT-коворкінгу «iHUB», що функціонує в Львові, Вінниці, Чернігові та Києві [62, С. 97]. Щоправда, й надалі креативні кластери займають невелику частку у доданій вартості. Це можна пояснити тим, що в країні незрілі детермінанти успіху кластеризації.

Основу креативного кластеру складають окремі особистості, наділені талантом, знаннями, особливими вміннями – креативний клас. В Україні частка креативних професіоналів складає близько 30% працездатного населення, в той час як у Великобританії це 44%, а у Люксембурзі – більше 50% [51, С. 59]. Ця

кількість не є доволі значною, що необґрунтовано, адже в країні функціонує більше 650 вищих навчальних закладів, чимало профільних освітніх установ, мистецьких та професійних шкіл, тренінгових центрів. В сукупності, є розвинена мережа навчальних установ, що створює міцне підґрунтя для зростання креативного класу. Чимало креативних підприємців зустрічають на теренах нашої держави, але без вміння побудувати цілісну креативну екосистему, яка б стимулювала ріст національної конкурентоспроможності. Це спричинено освітніми проблемами, такими як – застарілі методи навчання, неактуальні та всеохоплюючі напрямки підготовки, недоступність платних навчальних центрів для населення, відсутність зрілих форм транскордонної кооперації. Саме через це в містах спостерігається нестача професійних арт-менеджерів, продюсерів, керівників креативних проєктів, а також – цінителів, критиків, колекціонерів креативних благ.

Державні та приватні науково-дослідні центри, які б мали бути платформою обміну знань, досвіду, розвитку інновацій, переживають важкі часи. Це можна пояснити як відтоком висококваліфікованої робочої сили закордон, так і відсутністю інвестицій. Розробники новацій самостійно фінансують власну діяльність. Більше 80% інвестицій в бізнес України були зроблені за власний рахунок підприємців, що свідчить про нерозвинену фінансову екосистему [77].

Світові тенденції розвитку креативних індустрій побудовані на розвитку цифрових технолоній та мережевих новацій, а, відповідно, доступ до мережі інтернет та його якість є передумовою успішного формування креативних індустрій. З рисунку 3.1. видно, що в Україні 53% населення має доступ та використовує мережу Інтернет, тобто близько половини населення країни живуть офлайн та не мають змоги використовувати одне із новітніх благ цивілізації. Високорозвинена Німеччина та сусідня Польща, країни Євросони демонструють кращу ситуацію. Зокрема в Німеччині, відсоток користувачів Інтернет сягає 90%. Щоправда, побудована поліноміальна лінія тренду 2 ступеню з найвищою величиною вірогідності апроксимації $R^2=0,99931$ д, що

показник населення з доступом до Інтернету має тенденцію до зростання й, вірогідно, через декілька років частка юзерів всесвітньої павутини зросте до рівня Євросони.

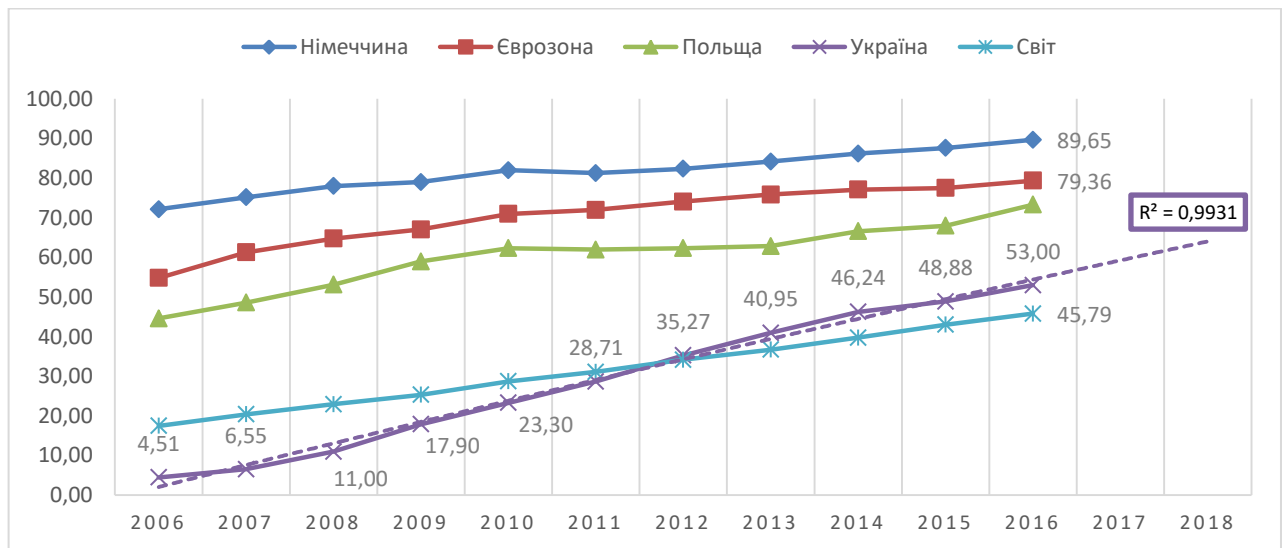


Рис. 3.1. Частка населення, що користується мережею Інтернет, 2006-2016рр.

Джерело: розроблено автором за даними [73].

Слід відзначити, що низька частка українського Інтернет-сегменту не помішав значному розвитку ринку інформаційних технологій в останні десятиліття, який сьогодні становить більше близько 4 млрд дол. США, а зайнятих в секторі інформаційно-телекомунікаційних технологій налічується 273 тис. осіб [73]. Саме інноваційна діяльність та потенціал інформаційних технологій сприяла тому, що в багатьох містах України утворилися ІТ-кластери. Такі креативні кластерні структури функціонують та створюються в Києві, Харкові, Одесі, Львові та інших урбаністичних районах країни.

Найшвидшими темпами розвивається ІТ-сектор міста Львів, обсяг якого в з 2010 року виріс майже на 400% (рис. 3.2). Львівський ІТ-кластер, заснований в 2012 році, об'єднує більше 80 компаній, які разом з університетами та міською радою вдосконалюють бізнесове середовище міста. Зокрема, кластер займається брендингом міста, розвиває людський капітал, проводить міжнародні зустрічі серед ІТ-спеціалістів (щорічна конференція «Lviv IT Arena» привернула увагу більше 1500 учасників та є чи не найбільшою

технологічною подією Східної Європи). Креативна структура проводить ІТ-тренінги, олімпіади, є фундатором шкіл іноземних мов та програмування, а на базі Львівського політехнічного інституту запустила в 2016 році бакалаврську програму «Інтернет речей». В перспективі львівський кластер переформатується в квартал креативних індустрій «Innovation District IT Park», який на території понад 10 гектарів колишньої промислової зони включатиме в себе офіси компаній, лабораторії, навчально-дослідні центри, школи та університети, дитячі садки та розважальні центри. Такому утворенню сприятиме «Стратегія розвитку культури Львова до 2025 року», що затвердив муніципалітет в 2017 році. Отже, львівський ІТ-кластер має всі можливості стати українською «Кремнієвою долиною», але без розвитку інформаційної інфраструктури регіону та країни – це неможливо.

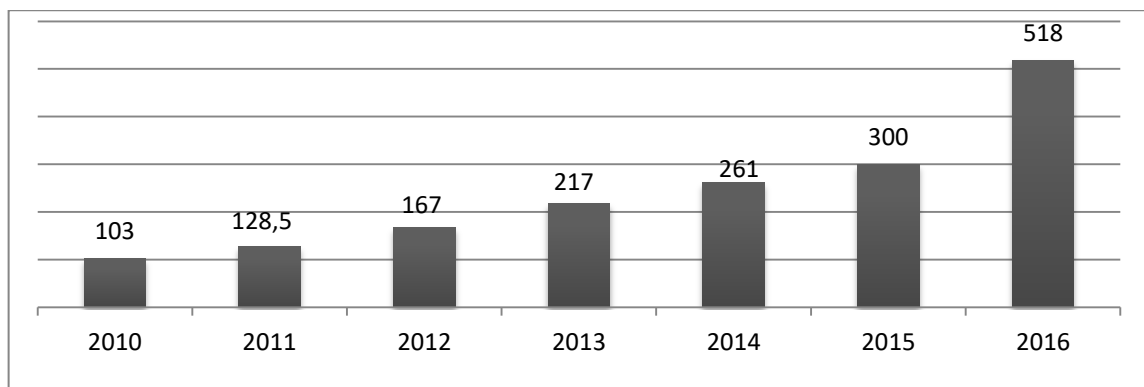


Рис. 3.2. Динаміка зміни масштабу ІТ-ринку у м. Львів

Джерело: розроблено автором за даними [45].

Важливою передумовою становлення креативних кластерів є культура та духовний рівень розвитку, які лежать в основі індивідуальної творчості. На наш погляд, культурно-історична спадщина українського народу, його духовна експресія та ментальні особливості несуть в собі величезний потенціал. Великі масштаби держави сприяють й тому, що кожному регіону характерна своя самобутня культура та споконвічна творчість – джерела креативного розвитку. Український фольклор, народні співи та шедеври архітектури знаходять підтвердження своєї унікальності в списку світової матеріальної та нематеріальної спадщини ЮНЕСКО. Львів, Одеса, Київ, Харків та чимало

інших міст вражають архітектурою, унікальною атмосферою, що надихає та заряджає енергією.

Важливе значення має й те, що в Україні щорічно відбуваються сотні фестивалів, концертів, виставок народної творчості та інших культурних подій, які розвивають народні ремесла та творчий ентузіазм, сприяють міжкультурній взаємодії та сприяють креативному мисленню. Серед них такі всесвітньовідомі фестивалі, як «Woodstock Ukraine», «Файне місто», «Країна мрій», «ZAXIDFEST». Крім того, народні ремесла є одним із висхідних пунктів розвитку кластерних одиниць. Зокрема, на Полтавщині функціонує інноваційний кластер з розвитку приміських територій «Сорочинський ярмарок», який концентрує творців народного мистецтва, а на Рівненщині утворено деревообробний креативний кластер «Полісся Рокитнівщини».

Основною проблемою креативного сектору в Україні є відсутність довіри, що відбивається на вмінні побудувати мережу партнерських відносин. Серед українського населення є надзвичайно низький рівень анонімної довіри та впевненості в інституціях. Корумпованість владних структур, економічна нестабільність й, відповідно, невпевненість в завтрашньому дні посприяли тому, що креативний коворкінг у великих масштабах фактично відсутній. Чимало проблем виникають через страх до інноваційного сектору й невмінні вести креативну діяльність. Іноземні партнери намагаються подолати ці перешкоди. Британська рада разом з Національним фондом з розвитку науки, техніки і мистецтва з 2015 року з метою популяризації креативної діяльності та активізації соціальної взаємодії запустила тренінги в містах України. Триденна програма допомагає креативним стартапам стати повноцінним бізнесом з активними внутрішніми та екстернальними взаємозв'язками.

Забезпечення фінансовим ресурсом кластерних ініціатив креативних індустрій в Україні ґрунтується більшою мірою на членських внесках або на вкладеннях іноземних інвесторів. Наприклад, Київський арт-кластер «Арт-завод Платформа», який запущений в 2014 році на місці колишнього

Дарницького шовкового комбінату виключно за рахунок ізраїльських інвестицій, сьогодні є успішним центром взаємодії та коворкінгу креативного класу, потенційних інвесторів та споживачів. Він об'єднує дизайнерів, освітян, представників індустрії ІТ, моди та мистецтва. Арт-комплекс надає в розпорядження креативні майстерні та офіси, івент-зони, галереї, проводить фестивалі, виставки, покази мод, воркшопи та тренінги. Це посприяло тому, що кластер вже відомий далеко за межами України. Орендна плата за робочий простір, яка нижча ринкових, повністю покриває фінансові витрати та генерує прибуток для розвитку кластера.

Якщо ж говорити про ангельські інвестиції в Україні, притік яких у креативні кластери країн Європи та Північної Америки колосальний, то для українського креативного сектору бізнес-ангели часто є лише мріями. Проте, представники українського креативного сектору активно використовують краудфандинг та краудсорсинг для залучення капіталу.

Джерелом фінансування виступають також міжнародні організації, фонди, громадські об'єднання. Зокрема, європейські інститути розвитку надають гранти на розвиток креативних кластерів. З 2016 року Україна є повноцінним учасником програми ЄС «Креативна Європа» з пільговим внеском в один Євро, а українські юридичні особи можуть брати участь в конкурсних відборах на гранти в ролі партнерів чи координаторів. Програма націлена на розвиток сектору культури та креативності. Ще одним прикладом є українське мальовниче місто Косів, що на Гуцульщині. Завдяки тисячолітній культурній спадщині, різноманітним ремісничим традиціям та побутовим звичаям містечко стало переможцем у відборі на участь в ініціативі ЄС та Східного партнерства «Культура та креативність». Ціллю проекту є залучення зацікавлених сторін до формування креативного ландшафту міста, висвітлюючи його в ЗМІ та привертаючи іноземних партнерів з подібних регіонів до співпраці та обміну досвідом.

Після розпаду СРСР значна частка промислових центрів почала занепадати, заводи та фабрики закриватися. Це спричинило те, що в міських та

сільських районах знаходяться чимало закинутих офісів, складських приміщень, заводів тощо. А значить, робочий простір для функціонування креативних кластерних структур, які б відновлювали інфраструктуру населених пунктів та б створювали додану вартість муніципалітетам, є. Українські промислові міста за прикладом Шефільда та Манчестера у Великобританії мають всі можливості, щоб отримати світове визнання, але вже як креативного центру. Щоправда, отримати робочий простір вкрай важко, адже локальна влада та державні структури відмовляються його надати або створюють перешкоди в отриманні дозволу на креативну діяльність в пустуючих будівлях. Часто це пов'язано з тривалими бюрократичними процедурами, інколи ж – без вагомих на це причин.

Тим не менш, сьогодні українські громадські та креативні активісти об'єднують зусилля, щоб перетворити колись індустріальні райони міст в генератори креативного росту. Вже є немала кількість прикладів трансформації закинутих територій за останні 5 років. В Києві успішно функціонують та розвиваються креативні кластери на базі старих фабрик, заводів чи комбінатів – «Мала опера», «Closer», «Експоцентр», «Арт-завод Платформа».

Отже, процес кластеризації креативних індустрій в Україні було запущено не так давно, а окремі проблеми та фактори, що створюють в сукупності незріле для креативного розвитку середовище функціонування, визначили повільний темп формування креативних індустрій за кластерним підходом. Відсутність детермінант успіху креативних кластерів у державі є перешкодою, що потребує уваги зі сторони влади та громадськості, на шляху до конкурентоспроможної національної економіки.

3.2. Роль держави у створенні креативних кластерів

Світовий досвід продемонстрував, що державні структури є одним із інструментів розвитку кластерів креативних індустрій. Вклад держави у творенні креативних кластерів України на сьогодні є невеликий, а сама політика є обмеженою, що затримує зростання креативного середовища країни.

У порівнянні з роллю урядових інституцій Великобританії чи США, український креативний сектор не лише не зазнає масштабного позитивного ефекту, але й часто форсується в розвитку через окремі корупційні складові чи бюрократичні перепони.

Українські чиновники розуміють значення новацій в посиленні конкурентоспроможності та воліють бачити країну в десятці найінноваційніших країн світу, щоправда, державні інвестиції покривають лише 0,35% від загальних витрат на інноваційну діяльність в національній економіці станом на 2017 рік [77].

На нашу думку, зі сторони влади креативним кластерам й самій культурі як інструменту національного прогресу приділяється незначна увага. Адже, частка коштів на розвиток культурного середовища країни від загальних видатків державного бюджету на 2019 рік становить лише 0,5%, тобто 5,4 млрд грн., з них близько 1 млрд грн. заплановані на розвиток національного кіно [3, С. 9]. Це в рази менше, ніж у Великобританії, Німеччині чи інших країнах з розвиненим креативним сектором.

Тим не менш необхідно відзначити, що в країні є декілька самодостатніх представників кіноіндустрії, які без значної державної підтримки та власними силами розвивають український кінематограф. Серед них і вертикальна кластерна структура «FILM.UA Group», яка є найбільшою в Східній Європі. Вона ж самостійно намагається залучити молодь та популяризувати кінематограф. На її базі функціонує школа акторської майстерності, дитяча школа озвучення та дубляжу, а з 2014 року креативний кластер запустив освітній центр в сфері кіно та медіа «FILM.UA Факультет». Крім того, в Україні щорічно відбуваються різноманітні заходи, присвячені театральному та візуальному мистецтву, такі як ГогольFest. Все це відбувається на фоні дефіциту інвестиційних надходжень для розвитку сучасного кінематографа та театру, що не дає змогу українській кіноіндустрії використовувати весь свій потенціал та отримувати касові у віддалених куточках світу.

Середовище ведення креативного бізнесу України є також не вкрай сприятливе. Зокрема, в міжнародному рейтингу «Doing Business 2019», який складається на основі 11 показників сфери регулювання бізнесу та сигналізує потенційних інвесторів про можливості, умови та перспективи ведення бізнесу в окремих державах, Україна зайняла лише 71 сходинку серед 190 країн, хоча і демонструє зростання в розвитку сприятливого бізнесового середовища в порівнянні з попередніми роками [34, С. 13].

Однією із першопричин цьому є податковий тягар на малий та середній бізнес, який спричиняє те, що індивідуальна творчість не знаходить шляхів її комерціалізації, а креативні підприємці шукають шляхи зменшення податкових витрат. Наприклад, працівники ІТ-сектора діють часто в якості фізичних осіб-підприємців та підписують контракти з компанією-роботодавцем стосовно їх співпраці, уникаючи тим самим сплати корпоративного податку. Це також пов'язано з корумпованістю владних структур, недовірою до високопоставлених лиць й відсутністю гарантій, що сплата більшої кількості податків буде реалізована як інструмент розвитку країни, а не як засіб індивідуального чи колективного збагачення державних діячів. Тобто, стратегічна сліпота урядовців не дає креативним кластерам розвиватися повною мірою.

Ми вважаємо, що законодавство України є недосконалим не лише по відношенню до податкового регулювання. Так само, трудове законодавство України не містить в переліку спеціальностей роботу моделей, промоутерів чи музичних продюсерів, а ринок антикваріату через відсутність зрілої законодавчої бази більшою мірою знаходиться в тіні. Відтак, окремі українські креативні індустрії не регламентовані на законодавчому рівні.

Окрему прогалину на нормотворчому рівні складає авторське право. Несанкціоноване використання інтелектуальної власності, Інтернет-піратство позбавляють літераторів, діячів театру, кіно та музичної сфери прибутків, а тим самим – державу. Окрім того, через неплатоспроможність значної частини населення театри та кінотеатри змушені продавати квитки за цінами, що

забезпечують мінімальний прибуток та позбавляють правовласників та працівників театру їх справедливої винагороди.

Все ж варто наголосити, що останні роки законодавчі структури України активізували свою діяльність в сфері легалізації й виокремлення сектора креативних індустрій. Зокрема, у червні 2018 року було прийнято законопроект про внесення змін до Закону України «Про культуру», що надає визначення поняття «креативні індустрії» в правовому полі [2]. Згідно з прикінцевими положеннями закону, уряд повинен впродовж 6 місяців затвердити види економічної діяльності, що відносяться до креативного сектора. Щоправда, є чимало сумнівів стосовно обширності класифікатора спеціальностей, адже найбільші побоювання викликає те, що ці види діяльності будуть висвітлені у відповідності до уже існуючого переліку, а представники хендмейду, ремісники та новітні професії залишаться поза увагою.

Доволі успішно, на наш погляд, українські державні структури сприяють формуванню кластерів креативних індустрій шляхов діалогу, інституційної підтримки та кооперації. Вже декілька років поспіль відбувається всеукраїнські заходи в креативному сектрі в рамках «Днів креативності в Україні», які стають майданчиком обговорення для представників бізнесу, урядовців, потенційних інвесторів та освітніх установ щодо перспективних проектів та шляхів регіонального та національного розвитку креативних індустрій. Серед подій, що відбуваються в період цих тематичних днів є й «Форум креативних індустрій».

Це не єдині приклади проведення подій для популяризації креативної діяльності, їх кластеризації та збільшення інформованості населення. Крім них, вагоме місце займає й міжнародний форум «Креативна Україна», який проводиться Міністерством культури України за сприяння програми ЄС Association4U, проекту ЄС-Східного партнерства «Культура і креативність», Національного бюро програми ЄС «Креативна Європа». Крім того, на партнерських засадах форуму сприяють й Партнерами Гете-інститут, Європейська мережа креативного бізнесу ECBN, Британська рада, Французький

інститут, Національна спілка театральних діячів України й інші. Ця платформа комунікації об'єднує громадськість, ЗМІ, законодавців, міністрів й представників парламентських фракцій, міжнародних організацій для пошуку інструментів та виявлення шляхів зростання креативних індустрій й, зокрема, креативних кластерів в Україні.

Державні інституту демонструють активну консолідацію зусиль задля розвитку інноваційного сектору економіки. Зокрема, Міністерство культури співпрацює спільно з профільним Комітетом з питань культури і духовності Верховної Ради, вирішуючи питання сприятливого законодавчого середовища в країні. Також вищезгадане міністерство разом з Міністерством освіти і науки працює над реформуванням освітніх програм та формуванням просвітницьких платформ як для генерації креативного класу, так і для збільшення рівня проінформованості населення щодо можливостей креативної кластерищації. А спільні дії з Мінрегіоном України в децентралізації держави сприяють формуванню первинної культурної та креативної інфраструктури.

Останні декілька років відбувається і зростання інституційного забезпечення з кластеризації креативних індустрій й креативного розвитку. Наприклад, у 2016 році Міністерством освіти було сформовано новий підрозділ – Управління стратегічного планування та розвитку, який відповідальний за стратегію креативного прогресу країни та регіонів. В даній структурі функціонує також сектор розвитку креативних індустрій. Також в стратегічних планах Мінкульту України є формування гегенерального директорату з культурних та креативних індустрій.

Значну роль у розвитку креативних кластерів України відіграють муніципалітети, селищні ради та локальні органи влади, які різносторонньо підтримують кластеризаційні процеси у своїх регіонах. Успішним прикладом цьому є місто Львів. Міська рада та Львівська обласна державна адміністрація разом із окремими профільними відділами проактивно сприяють креативному зростання міста. Зокрема, за їх сприяння утворено один із найпотужніших ІТ-кластерів країни, а в перспективі – креативний квартал, вдало регенеровано

закинуті промислові райони міста в креативні кластери, як-от креативний простір «РЕМА», бізнесові платформи «Промисловий» та «Технопарк», а подальший розвиток креативного середовища в місті закладено в утверджену в 2017 році «Стратегія розвитку культури Львова до 2025 року».

Ми стверджуємо, що без побудови успішної підтримуючої експортної та маркетингової політики урядом країни креативні кластери не будуть мати модливостей для економічного росту. Хоча Міністерство економічного розвитку і торгівлі й включило креативні індустрії та сам сегмент креативних товарів та послуг до Експортної стратегії 2017-2021, відділи з розвитку експортної діяльності, торгового-промислової палати та окремі державні структури, що відповідальні за сприяння та формування експортної стратегії регіонів чи міст, не надають прямої підтримки й в значній мірі креативним кластерам. Зокрема, найбільш потужний креативний сектор інформаційних технологій власними зусиллями експортує результати своєї діяльності.

Локальні громади та муніципальні органи вдало реалізують кластерні ініціативи пов'язаних секторів. Саме в туристичній галузі за сприяння владних структур утворені кластери, які побудовані на культурній самобутності та народному мистецтву локальних громад. Серед них: туристичні кластери «Зелені хутори Таврії» та «Славутич», культурні кластерні структури «Кам'янець» та «Оберіг. Окрему увагу привертає бізнес-туризм, який в останні роки набув великих оборотів. Базуючись на потоках іноземців в бізнесових цілях або ж з метою участі в міжнародних подіях на території України, креативний сектор отримує екстреналії зарахунок залучення іноземних інвесторів та популяризації результатів власної роботи. Зачасту такі заходи відбуваються під егідою державних структур.

Державні структури і надалі сприятимуть кластеризації креативних індустрій й росту креативного сектору країни. Про це свідчить вектор креативного розвитку економіки, що відображений в утвердженій стратегії уряду в середньостоківій перспективі до 2020 року. В цьому контексті креативні індустрії розглянуто як інструмент сталого розвитку національної економіки, а

креативний клас – як перспективний генератор інноваційних рішень та продуктів. Крім того, фінансування культури найближчим часом може бути спрощене, адже Міністерство фінансів України задля підвищення конкурентоспроможності культурної галузі країни, ефективнішого та гнучого фінансування креативних структур планує перевести Міністерство культури на період трирічного бюджетування.

Отже, вплив державних структур в розвитку креативних кластерів України є доволі вагомий, але ще не реалізований повною мірою. Креативне середовище потребує негайних змін правового та фінансового характерів, а вищезгадані стратегії зростання креативного сектору дають надію на позитивні зміни в короткостроковій перспективі.

3.3. Шляхи ефективного розвитку креативних кластерів в Україні

Світовий досвід розвитку креативних кластерів є доволі різноманітний, що дає змогу врахувати успішні стратегії та невдалі кроки при розбудові українських креативних кластерів. Корисною є практика кластеризації креативного сектору у Великобританії, країнах ЄС, США, а також в сусідніх державах – Польща, Латвія. Але національна політика з питань креативних індустрій кожної країни є унікальною та не підпадає під її повне копіювання. Саме тому для України слід розробляти свою власну модель стимулювання креативних кластерів.

На перших етапах у формуванні кластерних структур креативних індустрій чільну роль відіграє саме держава, що показує досвід європейських країн. Частина її участі в процесі стимулювання кластерного росту на перших етапах є ваговою, але не єдиною. Громадські об'єднання, комерційні та некомерційні організації, представники креативних індустрій та освітні установи повинні спільно з урядом розвивати новий сектор економіки України.

Важливе завдання держави – створити сприятливе середовище функціонування креативного бізнесу, яке б приваблювало молодь розвиватися в

креативному напрямку, а носіїв індивідуальної творчості та креативних підприємців формувати креативні кластери.

Вагомим кроком, на нашу думку, є деіндустріалізація економіки. Уряд України повинен встановити чіткий вектор розвитку на новий сектор національної економіки, сектор креативних індустрій. За прикладом Великобританії, де процес індустріалізації уряду М. Тетчер фактично примусив економічних агентів ступити на шлях ведення креативного бізнесу, державотворцям слід розробити національну та регіональну політику креативного розвитку, що базується на кластерному підході. Окрім того, креативні індустрії повинні включатися в програми розвитку малого та середнього бізнесу, а міста підпадати під програми регенерації урбаністичного середовища, як це було зроблено в ЄС.

Особливо захисту зі сторони держави потребує авторське право. На законодавчому рівні необхідно врегулювати питання штрафних санкцій та компенсацій за неправомірне використання інтелектуальної власності та Інтернет-піратство, що дасть змогу українським індустріям креативу отримувати справедливу винагороду та розвиватися. Державні органи можуть проводити й опортуністичну політику щодо креативних та культурних індустрій за прикладом ЄС шляхом створення регіональних центрів з питань інтелектуальної власності та авторського права.

Також, законодавство України не регламентує повною мірою діяльність ринку антикваріату. Вийти з тіні цій індустрії допоможе внесення змін в законодавство країни та затвердження інструментів регулювання ринку. Модна індустрія, музика та окремі напрямки діяльності креативних індустрій потребують внесення змін в трудовий кодекс України шляхом повного розширення класифікатора видів економічної діяльності, що б узаконило діяльність новітніх професій креативних індустрій.

Ми переконані, що податковий тягар є одним із основних стримуючих факторів кластеризації креативного сектору. На національному рівні слід знизити корпоративні податки для креативного бізнесу, який сьогодні

становить 18%, та встановити мінімальні ставки податку на 5 років для новостворених креативних економічних суб'єктів. Також діяльність окремих креативних індустрій (мода, кінематограф, народні ремесла) та їх кластерів слід субсидіювати. Це зробить формування креативних кластерів більш привабливим та дасть їм змогу розвиватися як за рахунок внутрішнього ресурсу, так і іноземного. А для IT-ринку це є омріяна реальність, яка позбавить сенсу пошуки шляхів уникнення оподаткування. Зокрема, зменшення корпоративного податку до 12,6% в Ірландії спричинило значний потік міжнародних активів в країну, а Дублін став одним із світових лідерів IT-сектору.

Фінансовий ресурс, який спрямований на креативні кластери, є мізерним. Залучити іноземних інвесторів в розвиток креативних кластерів можна лише зі сприятливим інвестиційним кліматом, який для України з кожним роком стає більш реалістичним. Зокрема, 23 травня 2017 року Верховна Рада України зменшила кількість бар'єрів в інвестиційному правовому полі – скасовано обов'язкову реєстрацію іноземних інвестицій та надання посвідки на проживання інвесторам. На наступних етапах розвитку необхідно зменшити кількість бюрократичних процедур, які так відлякують джерела інвестицій, скоротити перелік документів для інвестиційної діяльності, надати податкові пільги та субсидії інвесторам креативних індустрій.

Крім того, необхідно збільшити державне фінансування інноваційної діяльності та зосередити увагу на тенденціях розвитку креативного середовища, як-от віртуальна та змішана реальності, роботизація, штучний інтелект, що в перспективі принесе значну кількість як зовнішніх інвестицій, так і бюджетних надходжень.

Беручи до уваги приклад берлінських фонду «VC Fonds Kreativwirtschaft Berlin» і банку «Investitionsbank Berlin», створення державного інвестиційного фонду, публічних інвестиційних банків та субсидіювання банків, що надають доступ креативним підприємцям до фінансового ресурсу, є життєво важливими для кластерних ініціатив. Муніципальна влада також повинна інформувати

представників креативного сектору стосовно можливості громадського фінансування, так званий краудфандинг, а регіональні державні структури можуть створити фонди та грантові організації для фінансування креативних ініціатив за рахунок громадського фінансування. Доступ до грантів повинні мати як і окремі креативні підприємці, так і некомерційні організації, які сприяють кластерному розвитку креативного сектору.

Україні слід вести політику інтернаціоналізації креативних кластерів. Її складовими повинні бути:

1. Створення міжнародної мережі міжгалузевої та внутрішньогалузевої співпраці.
2. Комплексне представлення українського креативного сектора на міжнародній арені.
3. Сприяння експортній діяльності креативних кластерів та залученню іноземних інвесторів.
4. Підвищення мобільності освітян, креативних підприємців, науковців за програмами міжкультурного обміну, таких як Erasmus.
5. Сприяння в організації міжнародних виставок, фестивалів, ярмарок, де українські креативні кластери могли б представити свій потенціал, знайти потенційних споживачів чи інвесторів.

Ці заходи, які повинні реалізовуватися регіональною владою та спеціалізованими установами, зможуть покращити конкурентоспроможність та гнучкість креативних кластерів України.

Вплинути на розвиток креативної сфери неможливо без змін освітнього та науково-дослідного комплексу країни, що сприяє формуванню креативного класу та розвитку інноваційної складової регіону та держави. Подальший шлях розвитку науково-дослідного та просвітницького комплексу країни, на наш погляд, повинен включати наступні кроки –

1. Модернізація діяльності існуючих освітніх установ. Освітні центри повинні впроваджувати нові методи навчання та напрямки підготовки креативного класу, як того вимагає нове тисячоліття.

2. Побудова мережі освітніх та дослідницьких установ.
3. Інтернаціоналізація навчальної діяльності – розвиток транскордонної кооперації між університетами, коледжами та школами, налагодження міжкультурного діалогу, обмін досвідом та новаціями, інтеграція кращої міжнародної практики розвитку людського потенціалу.
4. Формування мережі просвітницьких ініціатив. Проблему обізнаності потенційних креативних творців та стартаперів можна вирішити шляхом формуванню тренінгових та консультаційних платформ за аналогом іспанської «CREAMEDIA» та німецьких «Existenzgründungsinitiative Hannover Region», «Career & Transfer Center», які будуть ознайомлювати молодь з креативними індустріями, популяризувати розвиток кластерів креативних індустрій, коворкінг та сприяти комерціалізації новаторських бізнес-ідей. Діяльність таких центрів розвитку креативного потенціалу повинна спиратися як на освітні установи, так і на громадськість в цілому.
5. Фінансування інноваційно-наукової діяльності – збільшення державних видатків дослідницьким центрам та в сектор інноваційного розвитку, формування незалежних фондів грантового фінансування науково-дослідного потенціалу шляхом конкурсного відбору.
6. Комерціалізація науково-дослідної діяльності університетів шляхом створення інкубаторів знань на територіях вищих навчальних закладів та через законодавчу лібералізацію комерційної діяльності науково-дослідних інститутів.
7. Формування стипендійних фондів для напрямків підготовки креативного класу, що б зробило інноваційні напрямки навчання більш привабливими та доступними.

Креативні кластери розвиваються в місцях з розвиненою інфраструктурою. Саме тому, регіональна влада та національні структури повинні розвивати мережу інститутів розвитку, платформи взаємодії влади, креативного сектору та громадськості за прикладом Кембриджського високотехнологічного кластера. Це б розвинуло діалог з владою та б збільшило

рівень довіри до неї. Також некомерційні організації чи владні структури можуть створювати локальні консультаційні та технологічні центри для збільшення рівня інформованості населення щодо можливостей росту в секторі креативних індустрій, участі у грантових програмах ЄС (наприклад, в програмі ЄС «Креативна Європа») та щодо способів втілення кластерних ініціатив.

Крім того, міська влада повинна продовжувати розвиток урбаністичного середовища, автострад, фізичної та інформаційної інфраструктури міста. Зокрема, увагу слід приділити та спрямувати фінансові потоки на розвиток цифрових комунікацій, широкосмугового інтернету, впровадження технології 5G та розширення території покриття мобільним Інтернетом.

Креативний клас може стати рушієм регенерації міського середовища, створюючи екологічний простір креативної діяльності. Зі сторони владних структур необхідними є лише сприяння в наданні робочого простору та зменшення або скасування орендної плати за нього.

Потенціал українського культурного різноманіття, самобутності українського народу потрібно використовувати повною мірою. Ми вважаємо, що регіональною владою повинні ініціюватися програми ребредингу міського та сільського середовищ, збереження та відновлення культурно-історичної спадщини, промоутерські програми як для національної, так і для іноземної цільової аудиторії. Бюджетні видатки слід направити на культурні центри, створюючи креативні кластери народних ремесел, творчості. Цим самим імідж регіональних одиниць буде зростати а потік туристів збільшуватися.

Існуючі креативні кластери України можуть також змінювати ситуацію та покращувати своє становище. Вони повинні диверсифікувати власну діяльність та не обмежуватися одним напрямком розвитку. Їм необхідно орієнтувати результати своєї діяльності на інші галузі економіки, тим самим й розвиваючи національну економіку в цілому. Тут можна використати досвід французького IT-кластера «Сар Digital», вклад якого в медицину та освітню діяльність Франції є значний.

Отже, існує чимало шляхів вирішення проблем, які постають перед креативними кластерами в Україні. Їх комплексна й невідкладна реалізація нададуть змогу українському креативному сектору заявити про себе на міжнародній арені, а національній економіці стати більш конкурентоспроможною.

Висновки до 3 розділу

1. В останні роки спостерігається в Україні активізація кластерних процесів креативного сектору та збільшення її ваги в розвитку національної конкурентоспроможності. Незважаючи на це, розвитку кластерів креативних індустрій перешкоджає ряд факторів, що разом створюють несприятливе середовище для процвітання креативного сектору. Серед них є проблема освітньої системи, страх перед інноваційними галузями, недовіра, недостатня кількість фінансових ресурсів, прогалини в законодавстві України.

2. Владні структури держави впливають на розвиток креативних кластерів шляхом стимулювання бізнесової та науково-дослідної взаємодії, суспільного обговорення та законодавчого регулювання. Щоправда, в країні відсутні сприятливі законодавство та бізнесове середовище, державні фінансові інструменти розвитку креативних кластерів й їх експортної складової.

3. Для стимулювання розвитку українських креативних кластерів університетам, громадськості, креативному класу та владним структурам України слід об'єднати зусилля та побудувати власну модель мережі креативних кластерів, врахувавши кращу практику кластеризації країн світу. Зокрема, розвинути мережу інститутів розвитку та центрів підтримки креативних кластерів за прикладом Великобританії, розробити стратегію кластерного розвитку, модернізувати освітню систему та створити грантові інституції, вдосконалити законодавчу базу та сприяти розвитку культурних та самотутніх районів країни, як в ЄС.

Висновки

Проведене нами дослідження теоретичних підвалин та практичного досвіду розвитку креативного сектору, формування в ньому кластерних структур та оцінювання їх ролі в конкурентоспроможності економік країн світу та України дозволили зробити наступні висновки:

1. Креативні індустрії – новий динамічний сектор економіки з характерними йому інноваційним спрямуванням, творчою синергією, наукомістким виробництвом, соціальною взаємодією та високостандартизованим унікальним продуктом. В основі індустрій креативності лежить комерціалізація результатів діяльності креативного класу. Креативні індустрії покликані дати нове життя торгівлі, продукуванню товарів та послуг, подолати соціально-економічну диференціацію в країнах світу; несуть у собі потенціал збільшення кількості робочих місць та утворення прибутку від інтелектуальної власності людини; мають позитивний вплив на соціально-економічну динаміку всенаціонального й локального рівнів, на екологічне й культурне становище країни та регіонів.

2. В роботі було досліджено феномен кластеризації креативних індустрій та надано дефініцію креативного кластера – це географічно виділене поле широкої опортуністичної взаємодії економічних контрагентів галузевого чи міжгалузевого характеру, яке комплементарно об'єднує ресурси та ключові компетенції учасників для досягнення спільних цілей та отримання конкурентних екстерналій. Кластерні структури креативного сектору економіки, на нашу думку, є одним із визхідних визначників зростання національної конкурентоздатності сучасних економік, рушіями науково-технічного та культурного прогресу. Вони виступають потенційними суб'єктами світового ринку, що покликані стати інструментом боротьби з регіональним та всенаціональним застоєм чи занепадом.

3. Ми дійшли висновку, що наявність ключових детермінант формування кластерних структур креативних індустрій, як-от людський

капітал, фінансові ресурси, доступ до міжнародних ринків та банків знань інноваційно орієнтована науково-дослідна база, творча спадщина, законодавчий захист економічної діяльності та органічне середовище функціонування з обмеженим державним втручанням, є передумовою успішної локалізації креативних індивідів в окремих регіонах та визначає частку позитивного впливу в подальшому на локальне та вседержавне благополуччя.

4. Враховуючи світові тенденції розвитку креативних індустрій, ми вважаємо, що перспективними напрямками розвитку креативного сектору виступають сфера цифрових технологій, IT-сектор, медіа-ринок та інші пов'язані креативні індустрії. А захист авторських прав, зовнішньоекономічна економічна діяльність та розвиток приміських креативних структур є пріоритетними стратегічними цілями країн світу задля зростання креативного сектору.

5. Проаналізувавши досвід країн світу в кластеризації креативного сектору, нами було встановлено, що в різних регіонах світу кластеризаційні процеси в креативному секторі розвиваються різними темпами при цьому спостерігається їх значний вплив на макроекономічні показники країни, зокрема в Австралії, Німеччині, Великій Британії. Сінгапурі та США.

6. Результати канонічного аналізу продемонстрували, що з ростом зайнятості, інвестиційними надходженнями та продуктивністю праці кластерної структури «Кремнієва долина» спостерігається підвищення ВВП США, продуктивності праці штату Каліфорнія та країни, прямих іноземних інвестицій та зменшення частки безробітних, рівня інфляції. Отже, можна судити про позитивний взаємозв'язок між кластеризацією креативних індустрій та посиленням національної та регіональної конкурентоздатності.

7. Ми констатуємо, що креативні кластери України почали формуватися в останнє десятиріччя, характеризуються динамічними показниками росту в останні 5 років та містять в собі значний потенціал. Незважаючи на це, існує ряд стримуючих факторів, що перешкоджає креативному буму національної економіки. Серед них є проблеми науково-

дослідної та фізичної інфраструктури, освітньої системи, законодавчої бази, дефіцит фінансових ресурсів, ментальні особливості українців та боязнь інноваційних секторів.

8. Аналіз ролі держави в кластеризації креативних індустрій продемонстрував, що урядові інститути підтримують соціальну інтеракцію, впроваджують окремі стратегії розвитку культурного середовища та сприяють залученню міжнародних експертів з креативного розвитку. Щоправда, існують й проблемні аспекти, як-от брак фінансової підтримки, відсутність сприятливих законодавчої бази та податкового регулювання.

9. На нашу думку, стимулювання креативних кластерів в Україні повинно відбуватися шляхом кооперації між громадським сектором, науково-дослідними інститутами, освітніми закладами, креативними підприємцями та владними структурами. Проведене дослідження дозволило розробити проектно-практичні рекомендації щодо української моделі росту кластерних структур креативних індустрій в Україні та виокремити основні предметні сторони. Ними, зокрема, є модернізація освітньої системи, стимулювання інтернаціоналізованої взаємодії, законодавча лібералізація в креативному секторі, розвиток всієї національної інфраструктури, збереження та брендинг культурно-історичної спадщини, інвестування інноваційних ввидів діяльності, впровадження міжнародних та національних інструментів фінансування.

10. Завдання вирішені в повному обсязі, мета досягнута – виявлено вплив креативних кластерів на національну конкурентоспроможність економіки та окреслено шляхи стимулювання кластеризаційних процесів креативного сектору. В ході дослідження гіпотезу про позитивний взаємозв'язок між креативними кластерами та загальноекономічними показниками, як і регіональними, приймаємо. Перспективи дослідження даної теми полягають у необхідності дослідження шляхів стимулювання й можливостей розвитку кластерів окремих креативних індустрій, оцінки їх ролі в зростанні секторів економіки України й національної економіки, в цілому.

Список використаних джерел та літератури

1. Галахова Т. О. *Креативний компонент у менеджменті міжнародних компаній*: автореф. дис. ... канд. економічних наук: 08.00.02. Київ, 2015. 19 с.
2. Про внесення змін до Закону України "Про культуру" щодо визначення поняття "креативні індустрії": Закон України від 19 червня 2018 р. № 2458-VIII. Відомості Верховної Ради України. 2018. № 34, С. 257.
3. Про Державний бюджет України на 2019 рік: Закон України від 15 вересня 2018 р. № 9000. Відомості Верховної Ради України. 2017. 15 с.
4. Скавронська І. В., Синківський І. І. Детермінанти кластеризації креативних індустрій в міжнародному контексті. *Молодий вчений*. 2017. № 44. С. 752-757.
5. Скавронська І. В., Синківський І. І. Ідейно-теоретичні основи розвитку міжнародного співробітництва у межах креативних кластерів. *Інноваційні процеси економічного та соціально-культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід*: матеріали XI Міжн. наук.-практ. конф. мол. уч. і студ. (11th International Conference for Young Scientists and Students "Innovational processes of Economic, Social and Cultural Development: Domestic and Foreign Experiences"), (Тернопіль, 2018), Тернопільський національний економічний університет, 2018. С. 56 – 57.
6. Харламова Г., Гуменна О. Креативність врятує: уроки для України. *ВІСНИК Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2018. № 196. С.76-84.
7. Чуль О., Вахович І. Розвиток креативних індустрій. регіональний вимір: монографія. Луцьк: Вежа-Друк, 2014. 288 с.
8. A Practical Guide to Cluster Development: report. UK DTI, 2004. 76 pp.
9. Adorno T., Horkheimer M. *Dialectic of Enlightenment: monograph*. London: Verso, 1979. 258 pp.

10. America's Creative Economy. National Creativity Network, 2013. 146 pp.
11. Bakshi H., McVittie E., Simmie J. Creating innovation: Do the creative industries support innovation in the wider economy?: monograph. London: National Endowment for Science, Technology and the Arts, 2008. 82 pp.
12. BEA National Economic Accounts. URL: <https://www.bea.gov/national/index.htm>. (дата звернення: 10.06.2018).
13. Boix R., Lazzeretti L. Las industrias creativas en España: unap panorámica. *Investigaciones Regionales*. vol. 22. 2012. P. 181-206.
14. Clusters and Creative Industries. Wallonia European Creative District, 2015. 26 pp.
15. Cooke P., Lazzeretti L. Creative Cities, Cultural Clusters and Local Development: monograph. Cheltenham: Edward Elgar, 2008. 384 pp.
16. Creative Australia. Australia Government, 2013. 152 pp.
17. Creative clusters and the creative place: state of the art at EU level. URBACT Creative Clusters Network Baseline Study, 2008. 25 pp.
18. Creative Clusters in Low Density Urban Areas. Urbact, 2008. 172 pp.
19. Creative Economy Report 2010. UNCTAD, 2010. 422 pp.
20. Creative Economy Report: Widening Local Development Pathways. UNESCO, 2013. 190 pp.
21. Creative industries: Analysis of industry-specific framework conditions relevant for the development of world-class clusters. The European Cluster Observatory, 2013. 79 pp.
22. Creative Industries and Micro & Small Scale Enterprise Development. A Contribution to Poverty Alleviation. UNIDO, 2007. 123 pp.
23. Creative Industries Economic Estimates January 2016. DCMS, 2016. 36 pp.
24. Creative nation: Commonwealth cultural policy. Department of Communications and the Arts, 1994. 9 pp.

25. Creative-based Strategies in Small and Medium-sized Cities: Guidelines for Local Authorities. INTELI: Inteligência em Inovação, Centro de Inovação, 2011. 127pp.
26. Cultural times: the first global map of cultural and creative industries. CISAC, 2015. 120 pp.
27. Daniel Sánchez Serra – Location determinants of creative industries: An application to Local Labour Systems. *Investigaciones Regionales – Journal of Regional Research*. 34. 2016. P. 23-48.
28. Daubaraitė U., Startienė G. Creative Industries Impact on National Economy in Regard to Sub-sectors. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. Medan: Universitas Sumatera Utara, 2016. P.129-134.
29. DCMS Sectors Economic Estimates 2016. UK DCMS, 2017. 20 pp.
30. De Propriis L., Hypponen L.. Creative Clusters and Governance: The dominance of the Hollywood Film Cluster. *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Development*. Cheltenham: Edward Elgar, 2008. P. 258-286.
31. Developing Successful Creative & Cultural Clusters – Measuring their outcomes and impacts with new framework tools. Senate Department for Economic, Technology and Research, 2012. 85 pp.
32. Digital Strategy. URL: <https://www.digitalwallonia.be/en/digital-strategy> (дата звернення: 10.11.2018).
33. Digital TV Research. URL: <https://www.digitaltvresearch.com/> (дата звернення: 16.10.2018).
34. DOING BUSINESS 2019: Training for Reform. International Bank for Reconstruction and Development, Washington DC, 2018. 234 pp.
35. Florida R. The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life: monograph. New York: Basic Books, 2002. 464 pp.
36. Florida R., Tinagli I. Europe in the creative age: monograph. 2004. 48 pp.

37. Evans G. Creative Cities, Creative Spaces and Urban Policy. *Urban Studies*, 46(5/6), 2009. P. 1003–1040.
38. Global Trade Report. Creative Industries Federation, 2018. 69 pp.
39. Hesmondhalgh D. Cultural and Creative Industries. Handbook of Cultural Analysis: monograph. Oxford and Malden, MA: Blackwell. 2008. 19 pp.
40. Hołub-Iwan J. Benchmarking klastrów w Polsce—edycja 2012. Raport z badania: report. Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, 2012. 219 pp.
41. How the creative industries are powering the UK's nations and regions: report. NESTA, 2018. 65 pp.
42. Howkins J. The Creative Economy: How people make money from ideas: monograph. London: Penguin, 2001. 263 pp.
43. Hubs, clusters and regions. URL <https://creativeconomy.britishcouncil.org/guide/hubs-clusters-and-regions/>. (дата звернення: 01.11.2018).
44. Independent Review of the Creative Industries. Sir Peter Bazalgette, 2017. 76 pp.
45. IT Research 2.0. URL: <https://itcluster.lviv.ua/en/projects/it-research/#report> (дата звернення: 10.11.2018).
46. Leading online companies ranked by revenue in 2017. URL: <https://www.statista.com/statistics/277123/internet-companies-revenue/> (дата звернення: 15.10.2018).
47. Lviv IT market Research: report. Lviv IT Cluster, 2015. 120 pp.
48. Mapping Document. DCMS, United Kingdom, 1998. 6 pp.
49. Mapping the Creative Industries: A Toolkit. British Council, 2010. 33 pp.
50. Marshall A. Principles of Economics, Industry and Trade: monograph. London: Macmillan, 1919. 624 pp.
51. Metcalfe J. S., Potts J. Internationalization of Services Keys of the World Economy. Cultural Science, 2008.

52. Muller K., Rammer C., Truby J. The role of creative industries in industrial innovation. *Innovation: management, policy & practice*. 11. 2009. P.148-168.
53. NESTA The Geography of Creativity in the UK. NESTA, 2016. 47 pp.
54. O'Connor J. The definition of the cultural industries. *The European Journal of Arts Education*. 2(3). 2000. P. 15-27.
55. OECD. *FDI flows - OECD Data*. URL: <https://data.oecd.org/fdi/fdi-flows.htm>. (дата звернення: 11.10.2018).
56. Porter M. *On Competition: tutorial*. Boston: Harvard Business School Press, 1998. 485 pp.
57. Power D. The 'Cultural Industries' in Sweden: an assessment of their place in the Swedish economy. *Economic Geography*. 78 (2). 2002. P.103-128.
58. Pratt A. The Cultural and Creative Industries: Organisational and Spatial Challenges to their Governance. *Die Erde*. 143 (4). 2012. pp. 317-334.
59. Prediction of worldwide expenditures for the Internet of Things from 2017 to 2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/668996/worldwide-expenditures-for-the-internet-of-things/> (дата звернення: 08.11.2018).
60. Scott A. *Social Economy of the Metropolis: Cognitive-Cultural Capitalism and the Global Resurgence of Cities: monograph*. Oxford: Oxford University Press, 2008. 200 pp.
61. Silicon valley indicators. *Data*. URL: <http://siliconvalleyindicators.org/data/>. (дата звернення: 01.11.2018).
62. Skavronska I. V. Creative Industries in Ukraine: Analysis and Prospects of the Development. *Economics and Sociology*. Vol. 10, № 2. 2017. P. 87-106.
63. Solidoro A. The evolution of the creative industries as a model of innovation. Università di Milano Bicocca, 2009. 24 pp.
64. *Strategies for Creative Places*. LDA, 2005. 61 pp.
65. *The 2017 Silicon Valley Index*. Joint Venture, 2017. 86 pp.
66. *The 2018 Silicon Valley Index*. Joint Venture, 2018. 92 pp.

67. The creative economy and the future of employment. NESTA, 2015. 8 pp.
68. The Creative Economy: Key Concepts and Literature Review Highlights. Policy Research Group, 2013. 50 pp.
69. The Global Competitiveness Report 2016–2017. World Economic Forum (WEF), 2017. 400 pp.
70. The Global Competitiveness Report 2017–2018. World Economic Forum (WEF), 2018. 393 pp.
71. The Global Creativity Index 2015. Martin Prosperity Institute, 2015. 68 pp.
72. The Role of Cluster and Social Capital in Cultural and Creative Industries Development. Elsevier, 2014. 6 pp.
73. The World Bank DataBank. URL: <http://databank.worldbank.org/data/home.aspx> (дата звернення: 01.11.2018).
74. Titan E. The impact of Cultural-creative Industries on the economic growth – a quatitative approach. URL: <http://steconomice.uoradea.ro/anale/volume/2008/v2-economy-and-business-administration/170.pdf>.
75. Titan E. Voinegau V., Todose M. The Impact Of Cultural-Creative Industries On The Economic Growth - A Quantitative Approach. *Annals of Faculty of Economics*. 2 (1). 2008. P. 930-935.
76. UK Creative Industries – International Strategy: Driving global growth for the UK creative industries: report. UK Trade and Investment (UKTI), 2014. 28 pp.
77. Ukrstat. Статистична інформація. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. (дата звернення: 01.11.2018).
78. UNCTADstat. Статистична інформація. URL: <http://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx>. (дата звернення: 01.11.2018).