

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХІНКА»
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

ЛЕВИЦЬКА ЯНА ВІКТОРІВНА

УДК 332.146.2:35(043.5)

ДИСЕРТАЦІЯ

**ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНИХ МЕХАНІЗМІВ РОЗВИТКУ СМАРТ-
СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ «КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ»**

281 – «Публічне управління та адміністрування»

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії з публічного управління
та адміністрування

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ Левицька Я. В.

Науковий керівник – Подольчак Назар Юрійович доктор економічних наук, професор

ЛЬВІВ – 2022

АНОТАЦІЯ

Левицька Я. В. Формування регіональних механізмів розвитку смарт-спеціалізації «креативні індустрії». – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертацію на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 281 – Публічне управління та адміністрування. – Національний університет «Львівська політехніка», Міністерство освіти і науки України, Львів, 2022.

Дисертаційна робота присвячена теоретико-методичному обґрунтуванню нової концепції регіонального управління – «смарт-спеціалізації» та формуванню механізмів публічного управління для розвитку сфери «креативні індустрії».

За своєю структурою дисертаційна робота складається із вступу, трьох розділів, поділених на підрозділи, висновку, списку використаних джерел та додатків.

У вступі обґрунтовано актуальність досліджуваної теми, сформульовано мету та завдання, описано новизну та практичну значущість отриманих результатів виконаного дисертаційного дослідження.

Перший розділ «Теорія та практика публічного управління смарт-спеціалізацією «креативні індустрії» в умовах формування нової регіональної політики» описує особливості концепції смарт-спеціалізації та світового феномену сфери креативних індустрій у міжнародному та вітчизняному досвіді.

Досліджено термінологічний апарат напрямку «креативні індустрії» за різними суб'єктами публічного права та засад їхнього утворення. Вперше здійснено порівняльне аналізування «креативні індустрії» за обсягом правосуб'єктності в українському законодавстві та країнах англосаксонського права, які ввели у використання публічного управління засади креативних індустрій, а також суб'єктів міжнародного публічного права таких як ЮНЕСКО, ЮНКТАД, ВОІВ. Встановлено відповідність між видами економічної діяльності, які затверджені Кабінетом Міністрів України та напрямками креативних індустрій, які визначені та закріплені нормативно-правовими актами вітчизняними суб'єктами державного управління, що

створює колізію на понятійно-термінологічному рівні. Так, відповідно до видів економічної діяльності, які відносять до креативних індустрій, визначено сфери, в яких виникає та реалізовується креативний підхід, а також обумовлено креативні індустрії, які не підлягають чинній класифікації видів економічної діяльності, що закріплені в державному стандарті видів економічної діяльності.

Розглянуто підхід формування смарт-спеціалізації в країнах Європейського Союзу в розрізі причинно-наслідкових зв'язків економічної регіональної політики, наповненість даного підходу, його переваги та відмінності від попередньої політики розвитку регіонів. Визначено хронологічну послідовність імплементації даного підходу для адаптації регіональної політики України в процесі трансформації держави та її економіки до стандартів ЄС. Здійснено аналіз стратегічного планування через призму публічного управління за регіонами України щодо використання підходу смарт-спеціалізації у новому програмному періоді 2021 – 2027 років нашої держави. Виділено недоліки, які існують у відображенні підходу смарт-спеціалізація в регіональних стратегіях.

У ході вивчення теоретичних аспектів механізмів інноваційного розвитку виділено основні їхні характеристики та змістовні цінності. Згенеровано механізми регіонального інноваційного розвитку із впровадження підходу смарт-спеціалізація на основі методів синтезу та аналізу, а також їх систематизовано за каналами впливу, які необхідні на регіональному рівні для вдалого впровадження підходу смарт-спеціалізації. Розглянуто основні напрямки для роботи запропонованих механізмів.

У другому розділі «Аналіз публічного управління смарт-спеціалізацією «креативні індустрії»: державний та регіональний рівень» визначено стан розвитку креативних індустрій в Україні та опрацьовано державні, регіональні та галузеві стратегічні нормативно-правові акти що забезпечують та регламентують розвиток креативних індустрій та впровадження смарт-спеціалізації.

Запропоновано розмежування видів економічної діяльності, які на законодавчому рівні належать до креативних індустрій та затверджено у 2019 році

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24. 04. 2019 №265-р «Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій» між окресленими групами креативних індустрій, які вживаються суб'єктами публічного управління. На основі згрупованих видів економічної діяльності виділено додаткову групу «Креативна освіта». Відповідно до запропонованого поділу груп та даних Державної служби статистики за видами економічної діяльності, які належать до креативних індустрій, проаналізовано стан розвитку креативних індустрій в Україні за період 2013 – 2019 років за кількістю суб'єктів господарювання, обсягом виготовленої продукції, обсягом доданої вартості та кількості зайнятого населення. Встановлено, що найрозвинутішими напрямками креативних індустрій в Україні є нові медіа та інформаційно-комунікаційні технології, реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю та інші креативні послуги, література, видавнича діяльність та друковані засоби масової інформації і архітектура й урбаністика. За обмеженими даними про види економічної діяльності креативних індустрій у Львівському регіоні було проведено зіставлення наявних даних та результатів проведеного попереднього аналізування розвитку креативних індустрій в Україні, що дає змогу стверджувати про те, що креативні індустрії у Львівському регіоні розвиваються кореляційно із загальноукраїнськими та світовими трендами із врахуванням латентних зв'язків.

Розглянуто чинне стратегічне планування України у сферах, які є основними для впровадження смарт-спеціалізацій, а саме розвиток регіонів, вищої освіти, сфери інноваційної діяльності та економіки. Державна стратегія регіонального розвитку на 2021 – 2027 рік ідентифікує впровадження підходу смарт-спеціалізації як одне із завдань для підвищення рівня конкурентоспроможності регіонів. В Національній економічній стратегії та Державній стратегії регіонального розвитку смарт-спеціалізація зазначається як інструмент розвитку промисловості регіонів. Більше того законодавчо закріплено, а саме у прийнятій Стратегії вищої освіти України вказаний перелік завдань, які необхідно виконати для впровадження регіональних смарт-спеціалізацій, що становитиме основний базис розвитку нової регіональної

політики із врахуванням синергії державних інституцій та їх програм. Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності визначає бар'єри та завдання для впровадження підходу смарт-спеціалізації. У розрізі опрацьованих державних стратегічних документів виділено спільні позитивні та негативні чинники, які впливають на розвиток регіонів, економічну ситуацію, розвиток вищої освіти та сфери інноваційної діяльності щодо впровадження підходу смарт-спеціалізації.

Досліджено аналогічні сфери державного стратегічного планування у напрямках, які є основними для впровадження смарт-спеціалізацій, але із фокусуванням на розвиток креативних індустрій та/або креативної економіки. Встановлено, що креативні індустрії та/або креативна економіка визначається лише у двох стратегічних документах, які були обрані для дослідження – в Державній стратегії регіонального розвитку та Національній економічній стратегії. Виділено, що креативні індустрії та/або креативна економіка розглядаються як напрямок розвитку підприємництва, малого та середнього бізнесу, а також для збалансованого розвитку України. Беручи до уваги, обрання креативних індустрій для смарт-спеціалізації Львівським регіоном, було розглянуто стратегічне державне планування розвитку креативних індустрій у зазначеному регіоні. Здійснено аналіз Стратегії розвитку Львівської області на період 2021-2027 років, Плану заходів з реалізації у 2021-2023 роках Стратегії розвитку Львівської області на період 2021 – 2027 років, Стратегії розвитку освіти Львівщини до 2027 року, а також Стратегії прориву Львова щодо їхньої взаємодії та підпорядкованості. Виділено галузеві стратегічні документи для аналізу: Стратегію розвитку Національного університету «Львівська політехніка», Плани заходів на 2019, 2020, 2021 роки, Стратегію розвитку Львівського національного університету імені Івана Франка.

Третій розділ дисертаційного дослідження «Удосконалення та розвиток механізмів впровадження смарт-спеціалізації «креативні індустрії»» пропонує формувати таргетні механізми публічного управління для впровадження даної смарт-спеціалізації через основні елементи етапів виробничого процесу креативних товарів

та послуг; визначено фактори впливу на розвиток даного напрямку в Україні та способи їх покращення через механізми публічного управління.

Запропонована класифікація елементів виробничого процесу креативних товарів чи послуг з огляду на специфіку креативних індустрій, як економічного феномену. Обґрунтовано аспекти виробничого процесу через призму креативних індустрій, у ході вивчення яких було запропоновано включити до класифікації такі елементи як «бізнес-процеси», «післяпродажний сервіс» та «3R». Важливою умовою роботи механізмів публічного управління для розвитку креативних індустрій є те, що основні елементи виробничого процесу креативних товарів та послуг (ресурси, виробництво, результат) мають формуватися у трикутнику взаємодії впливу державних, регіональних механізмів розвитку підприємництва та ініціативи з боку підприємницьких структур. Визначено, що важливим сучасним чинником, який впливає на розвиток креативних індустрій є тренди у напрямках, завданнях державного управління та державних інституцій, що дає змогу знаходити можливості для формування механізмів розвитку креативних індустрій, які сприятимуть впровадженню смарт-спеціалізації. Виходячи з цього, запропоновано формувати таргетні механізми розвитку креативних індустрій через визначення слабких місць та розривів. Запропоновано завдання, переваги та цілі таргетних механізмів, що дають змогу ефективно та результативно використовувати обмежені публічні та приватні ресурси у розвитку креативних індустрій на засадах вибору регіональних смарт-спеціалізацій. Розмежовано цілі таргетних механізмів відносно класифікації факторів впливу на етапи виробничого процесу креативних товарів та послуг.

За результатами попередніх досліджень та методом експертних оцінок ідентифіковано фактори впливу на розвиток креативних індустрій в Україні. До них відносяться людський капітал, інвестиції, зовнішні (експортний потенціал) та внутрішні умови (інфраструктурне забезпечення), бізнес-модель та підприємницький талант. Застосування методу багатофакторного кореляційно-регресійного аналізу, де зазначені вище факторні ознаки впливають на результативну ознаку – обсяг

виготовленої продукції за видами економічної діяльності, які належать до креативних індустрій – було встановлено, що найбільша кореляція спостерігається між кількістю зайнятих осіб, капітальними інвестиціями, бізнес-моделлю та підприємницьким талантом. Отримані в результаті аналізу коефіцієнти лінійного рівняння множинної регресії обсягу виготовленої продукції видами економічної діяльності, які належать до креативних індустрій, в тому числі серед головних державних механізмів розвитку смарт-спеціалізацій. Регресійний аналіз продемонстрував що найбільш віддаленими факторними ознаками є експортний потенціал, інфраструктурне забезпечення та бізнес-модель, які часто визначаються політикою держави та регіону. Формування публічних механізмів розвитку креативних індустрій повинне фокусуватися на даних факторах, що підтверджує актуальність таргетування обмежених ресурсів.

Інфраструктурне забезпечення є одним із факторів впливу на розвиток креативних індустрій, зокрема і в контексті регіональної смарт-спеціалізації, що стає об'єктом механізмів публічного управління. Встановлено основні способи створення інфраструктури для креативних індустрій в Україні. Визначено стан та напрямки роботи креативної інфраструктури у Львівському регіоні за основними способами створення. Обґрунтовано, що інфраструктура для розвитку регіональної смарт-спеціалізації «креативні індустрії» повинна містити наукомісткий елемент. Визначено, що у Львівському регіоні такі умови можна сформулювати на базі Наукового парку «Львівська політехніка» з орієнтацією на глобальний рівень розвитку інновацій в Центрально-східному європейському регіоні. Згенеровано мету діяльності інфраструктури такого типу за напрямками впливу та розвитку окремих сфер громадянського суспільства, соціальні наслідки, результати діяльності. Запропоновано спосіб розрахунку економічної ефективності інфраструктурних об'єктів із врахуванням публічних механізмів для розвитку креативних індустрій за ресурсним підходом. Продемонстровано даний спосіб на прикладі нового проєкту побудови комплексного центру креативних індустрій в межах Наукового парку

«Львівська політехніка» шляхом таргетних механізмів державного управління, зокрема державно-інвестиційного проєкту.

Ключові слова: публічне управління, смарт-спеціалізація, креативні індустрії, регіональне управління, інноваційний розвиток, таргетні механізми.

SUMMARY

Levytska Ya. V. The formation of regional mechanisms for development of creative industry smart specialization. – Qualification scientific work on the rights of the manuscript.

Thesis for a candidate degree of Doctor of Philosophy, specialty 281 – Public management and administration. – Lviv Polytechnic National University, Ministry of Education and Science of Ukraine, Lviv, 2022.

The thesis is devoted to the theoretical and methodological substantiation of a new concept of regional management – “smart specialization” and the formation of mechanisms of public management for the development of creative industries.

The thesis consists of an introduction, three sections divided into subsections, a conclusion, a list of references and appendices.

In the introduction it is substantiated the relevance of the research topic, it is formulated the purpose and the objectives of the study, as well as the scientific novelty and the practical value of the obtained results are stated.

The first chapter *Theory and practice of public management of creative industry smart specialization in the formation of a new regional policy* describes the features of the concept of smart specialization and the global phenomenon of creative industries in the international and domestic experience.

The terminological apparatus of the creative industry direction on various subjects of public law and the principles of their formation are studied. For the first time, a comparative analysis of creative industries is conducted in terms of legal personality in Ukrainian law and Anglo-Saxon countries, which introduced the principles of creative industries, as well as international public law entities such as UNESCO, UNCTAD, WIPO. The correspondence is established between the types of economic activity approved by the Cabinet of Ministers of Ukraine and the directions of creative industries that are defined and enshrined in regulations by domestic public entities, which creates a conflict at the conceptual and terminological level. Thus, in accordance with the types of economic activity related to creative industries, the areas

where the creative approach arises and is implemented are defined, as well as it is determined the creative industries that are not subject to the current classification of economic activities.

The approach of formation of smart specialization in the countries of the European Union in the context of causal relations of economic regional policy, completeness of this approach, its advantages and differences from the previous policy of region development are considered. The chronological sequence of implementation of this approach for the adaptation of regional policy of Ukraine in the process of state's transformation and its economy to EU standards is determined. For the first time, an analysis of strategic planning through the prism of public administration in the regions of Ukraine to use the approach of smart specialization in the new programming period during 2021 – 2027 of our country is performed. The disadvantages are highlighted that exist in the reflected approach of smart specialization in regional strategies.

In the course of studying the theoretical aspects of the mechanisms of innovative development, their main characteristics and meaningful values are emphasized. The mechanisms of regional innovative development for the implementation of the smart specialization approach based on the methods of synthesis and analysis have been generated, and they have been systematized according to the influence channels required at the regional level for successful implementation of the smart specialization approach. The main directions for the work of the proposed mechanisms are considered.

In the second chapter *Analysis of public management of creative industry smart specialization: state and regional level*, it is identified the state of development of creative industries in Ukraine and the state, regional and sectoral strategic regulations are formulated that ensure and regulate the development of creative industries and implementation of smart specialization.

The delimitation of economic activities related to creative industries is proposed between the outlined groups of creative industries used by public administration entities and approved in 2019 by the Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated 24.04.2019 №265-r and called *On approval of economic activities related to creative industries*. On the basis of the

grouped economic activities, an additional group *Creative Education* has been identified. According to the proposed group division and the data of the State Statistics Service by types of economic activities related to creative industries, the state of creative industries development in Ukraine for the period 2013 – 2019 is analyzed by the number of business entities, the volume of manufactured products, the value added and the quantity of employed population. It is established that the most developed areas of creative industries in Ukraine are new media and information and communication technologies, advertising, marketing, public relations and other creative services, literature, publishing and print media as well as architecture and urban planning. According to limited data on the types of economic activities of creative industries in Lviv region, a comparison of available data and the results of a preliminary analysis of the creative industry development in Ukraine are carried out, which suggests that the creative industries in Lviv region are developing in correlation with national and global trends considering the latent connections.

The current strategic planning of Ukraine in the areas that are key to the implementation of smart specializations, namely the development of regions, higher education, innovation and economics is considered. The State Strategy for Regional Development for 2021 – 2027 identifies the introduction of a smart specialization approach as one of the tasks to increase the level of competitiveness of regions. In the National Economic Strategy and the National Strategy for Regional Development, a smart specialization is still mentioned as a tool for the development of region industry. Moreover, in the adopted Strategy of Higher Education of Ukraine, it is specified the list of tasks to be performed for the implementation of regional smart specializations, which will be the main basis for the development of new regional policy, taking into account the synergy of state institutions and their programs. The strategy for the development of innovation activities identifies barriers and challenges for the implementation of the smart specialization approach. The common positive and negative factors are emphasized in the context of the developed state strategic documents that affect the development of regions, the economic situation, the development of higher education and innovation activities in the implementation of the smart specialization approach.

The similar areas of state strategic planning in the areas that are key to the implementation of smart specializations, but with a focus on the development of creative industries and / or creative economy are studied. It is established that the creative industries and / or the creative economy are defined only in two strategic documents that have been selected for the research, namely in the State Strategy for Regional Development and the National Economic Strategy. It is highlighted that creative industries and / or creative economy are considered as a direction of the development of entrepreneurship, small and medium business, as well as for the balanced development of Ukraine. Taking into account the choice of creative industries for smart specialization in Lviv region, the strategic state management of creative industries in this region has been examined. It is carried out the analysis of the Lviv Region Development Strategy for the period 2021 – 2027, the Action Plan for 2021 – 2023 of Implementation of the Lviv Region Development Strategy for the period 2021 – 2027, the Lviv Region Education Development Strategy until 2027, and the Lviv Breakthrough Strategy for their interaction and subordination. The sectoral strategic documents for analysis have been identified: Lviv Polytechnic National University Development Strategy, Action Plans for 2019, 2020, 2021, Development Strategy of Ivan Franko University of Lviv.

The third chapter of the thesis *Improvement and development of mechanisms for implementing creative industry smart specialization* proposes to form targeted mechanisms of public administration for the implementation of creative industry smart specialization through the main elements of the production process of creative goods and services. It is identified factors influencing the development of creative industries in Ukraine and the ways to improve them through the public administration mechanisms.

The classification of elements of the production process of creative goods or services according to the specifics of creative industries as an economic phenomenon is proposed. The aspects of the production process through the prism of creative industries are substantiated, and during their study it has been proposed to include in the classification such elements as business processes, after-sales service and 3R. An important condition for public administration mechanisms for the development of creative industries is that the main elements of the

production process of creative goods and services (resources, production, results) should be formed in the triangle of interaction of state, regional mechanisms of entrepreneurship and an initiative of business structures. It is determined that an important modern factor influencing the development of creative industries are trends in various areas and tasks of public administration and public institutions to be the first to find opportunities for the formation of mechanisms for creative industry development that will promote smart specialization. Based on this, it is offered to build up target mechanisms for the development of creative industries through the identification of weaknesses and gaps. The tasks, advantages and goals of target mechanisms are proposed that allow an efficient and effective use of limited public and private resources in the development of creative industries based on the choice of regional smart specializations. The goals of target mechanisms regarding the classification of factors influencing the stages of the production process of creative goods and services are distinguished.

Based on the results of the previous research and the method of expert assessments, the factors influencing the development of creative industries in Ukraine have been identified. They include human capital, investment, external (export potential) and internal conditions (infrastructure), business model and entrepreneurial talent. Applying the method of a multifactor correlation and a regression analysis, where the above factor characteristics affect the performance indicator that is the volume of output by economic activities belonging to the creative industries, it has been found that the greatest correlation is observed between employees, capital investment, business model and entrepreneurial talent. The coefficients of the linear equation of multiple regression of the volume of manufactured products by the types of economic activities belonging to the creative industries, including among the dominant state mechanisms for the development of smart specializations, have been obtained as a result of the analysis. The regression analysis has shown that the most distant factors are export potential, infrastructure and business model, which are often determined by the policy of the state and the region. The formation of public mechanisms for the development of creative industries should focus on these factors, which confirms the relevance of targeting limited resources.

Infrastructure is one of the factors influencing the development of creative industries, especially in the context of regional smart specialization, which is becoming the subject of public administration mechanisms. The main ways to create infrastructure for creative industries in Ukraine are identified. The state and directions of creative infrastructure work in Lviv region on the basic ways of creation are analyzed. It is substantiated that the infrastructure for the development of regional smart specialization of creative industries should contain a science intensive element. It is determined that in Lviv region such conditions can be formed on the basis of Lviv Polytechnic Science Park with a focus on the global level of innovation development in the Central and Eastern European region. The purpose of the activity of this type of infrastructure in the areas of influence and development of certain spheres of civil society, social consequences, results of activities is generated. The method of calculating the economic efficiency of infrastructure facilities, taking into account public mechanisms for the development of creative industries by resource approach is suggested. This method is demonstrated on the example of a new project to build a complex center of creative industries within Lviv Polytechnic Science Park due to the target mechanisms of public administration, in particular the public investment project.

Key words: public administration, smart specialization, creative industries, regional management, innovative development, target mechanisms.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні результати дисертації

Колективна монографія

1. Подольчак, Н. Ю., Левицька, Я. В. та Іванкова, Н. О., (2021). Діяльність та перспективні напрямки Tech Startup School. В: *Управління інноваційною діяльністю: теорія і практика*. Київ: Аграр Медіа Груп, 361 - 376 с. (*Особистий внесок автора: досліджено етапи інноваційного процесу в організації*).

Публікації у виданнях, що включені до міжнародн наукометричних баз даних

2. Skrynkovskyy, R., Podolchak, N., Levytska, Y. And Konovalyuk, I. (2021). Тенденції розвитку інноваційної інфраструктури регіонів України для впровадження смарт-спеціалізації «креативні індустрії». *Traektoriâ Nauki*. Vol. 7, № 11. с. 4046–4056 (*Особистий внесок автора: сформовано напрямки впливу інноваційної інфраструктури для впровадження смарт-спеціалізації «креативні індустрії»*)

Публікації у наукових фахових виданнях України

3. Podolchak, N.Yu., Karkovska, V. Ya. and Levytska, Y. V. (2020). Management of innovative projects on the basis of a system-oriented approach. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. № 3 (13). с. 40-47. (*Особистий внесок автора: визначено та сформовано стадії життєвого циклу стартапів*)
4. Подольчак, Н. Ю., Карковська, В. Я. та Левицька, Я. В. (2021). Екосистеми розвитку стартапів як принцип здійснення державної інноваційної політики. *Інвестиції: практика та досвід*. № 8. с. 82–87 (*Особистий внесок автора: описано діяльність Tech Startup School*)

5. Подольчак, Н. Ю. та Левицька, Я. В. (2021). Поняття та структура креативних індустрій в державному управлінні. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. № 10, URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=2256> (Особистий внесок автора: проаналізовано перелік та класифікацію креативних індустрій України)
6. Левицька, Я. В. (2021). Механізм впровадження смарт-спеціалізації «креативні індустрії». *Економіка та держава*. № 4 (20). с. 40 – 43.

Навчальний посібник

7. Подольчак, Н. Ю., Шаповалова, Т. В., Химич, О. В., Блинда, Ю. О., Корчинська, О. О., Дума, О. І., Левицька, Я. В., Іванкова, Н. О., Перхач, О. Л., Карковська, В. Я., Олесько, Н. А. (2021). Технології розробки стартапів. Львів: «Растр-7», с. 73 – 86. (Особистий внесок автора: описано методи залучення коштів для розвитку стартапів)

Статті у інших періодичних наукових виданнях

8. Подольчак, Н. Ю., Білик, О. І. та Левицька, Я. В. (2019). Сучасний стан цифровізації в Україні. [Електронний ресурс] *Ефективна економіка*. № 10. (Особистий внесок автора: проаналізовано місце України в світових рейтингах)
9. Данилович-Кропивницька, М. Л. та Левицька, Я. В. (2019). Аналіз стану та перспектив розвитку ринку інновацій в Україні. *Інтелект XXI*. № 6, ч. 2. с. 58–62. (Особистий внесок автора: визначено перспективи розвитку інновацій в Україні).

Опубліковані праці апробаційного характеру

10. Левицька, Я. В.. 2020. Сучасний стан діджиталізації у бізнес-середовищі. В: *Проблеми бізнес-економіки в сучасних умовах*, матеріали всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, 02 березня 2020 р., Львів, с. 49.

11. Левицька, Я. В.. 2021. Інформаційні та інноваційні технології як елемент розвитку креативних індустрій. In: *Information and innovation technologies in the XXI century*, materiały 4 International scientific conference, Katowice, 23–24 September 2021. с. 46 – 47.
12. Левицька, Я. В.. 2021. Розвиток науки в умовах впровадження концепції смарт-спеціалізації. В: *Інноваційний розвиток науки та освіти: глобальний, європейський та національний виміри змін*, збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції, Полтава, 18 листопада 2021 р. с. 83–84.
13. Левицька, Я. В.. 2021. Моніторинг стратегічного планування України щодо впровадження концепції смарт-спеціалізації. In: *Current issues of science, prospects and challenges*, I International scientific and theoretical conference, 17.12.2021, Сідней, AUS. с. 54–55.
14. Левицька, Я. В.. 2022. Інформаційно-комунікаційний механізм смарт-спеціалізації регіону. В: *Актуальні проблеми сучасної науки та освіти*, матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції, Львів, 20-21 січня, 2022 р. с. 13 –14.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	19
РОЗДІЛ 1. ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЄЮ «КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ» В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ НОВОЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ	
1.1. Креативні індустрії як напрямок публічного управління: закордонний досвід, становлення та розвиток.....	26
1.2. Концепція смарт-спеціалізації: європейський, національний та регіональний рівні в публічному управлінні.....	39
1.3. Механізми публічного управління здійснення інноваційної політики на регіональному рівні.....	58
Висновки до розділу 1.....	69
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЄЮ «КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ»: ДЕРЖАВНИЙ ТА РЕГІОНАЛЬНИЙ РІВЕНЬ	
2.1. Тренди та динаміка розвитку креативних індустрій в Україні.....	71
2.2. Державне стратегічне планування впровадження концепції смарт-спеціалізації.....	89
2.3. Стратегічне планування розвитку регіональної смарт-спеціалізації «креативні індустрії» (на прикладі Львівського регіону)	100
Висновки до розділу 2.....	115
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК МЕХАНІЗМІВ ВПРОВАДЖЕННЯ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ «КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ»	
3.1. Моделювання механізмів публічного управління смарт-спеціалізацією «креативні індустрії».....	117
3.2. Ідентифікація факторів впливу на розвиток креативних індустрій для формування механізмів публічного управління смарт-спеціалізацією.....	135
3.3. Інфраструктурне забезпечення як фактор впливу механізмів публічного управління для реалізації смарт-спеціалізації «креативні індустрії».....	147
Висновок до розділу 3.....	165
ВИСНОВКИ.....	167
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	173
ДОДАТКИ.....	197

ВСТУП

Актуальність наукового дослідження полягає в необхідності формування регіональних механізмів для провадження в українських регіонах концепції смарт-спеціалізації. Креативні індустрії – відносно нове поняття, яке потребує вироблення та розвитку дієвих інституцій публічного управління на різних рівнях, що безапеляційно стає актуальним прикладом в контексті дослідження теоретико-методологічних основ формування регіональних механізмів. Європейський довід використання інструменту регіональної політики – концепції «смарт-спеціалізації» – свідчить, що кожен регіон повинен формувати механізми публічного управління впровадження концепції відповідно до територіальних, економічних та соціальних особливостей.

Особлива увага до напрямку впровадження концепції смарт-спеціалізації в українських регіонах зумовлена тим, що це новий спосіб здійснення регіональної політики, який в перспективі повинен вибудувати парадигму взаємодії між бізнесом, науково-освітнім, публічним та громадським секторами для підвищення конкурентоспроможності через наявний інноваційний потенціал. Така перспектива регіонального розвитку потребує фокусування усіх ресурсів та інституцій довкола виконання поставлених завдань органами публічної влади та громадянським суспільством в базисі забезпечення їх розвитку та добробуту.

Практичне значення дослідження полягає у обґрунтуванні актуальних напрямків та особливостей креативних індустрій для формування регіональних механізмів розвитку даної смарт-спеціалізації. Відсутність досвіду публічного управління в процесі впровадженням концепції смарт-спеціалізації, так і виокремлення самих креативних індустрій як одного з найбільш ефективних видів економічної діяльності згідно з даними розвинутих країн, зумовлює потребу в розробці науково-обґрунтованих механізмів для ефективної роботи органів державної

влади, публічних та приватних інституцій, а також їх взаємодії в цій важливій для суспільства площині.

Важливість теми дослідження полягає також у тому, що багатогранність понять «смарт-спеціалізація» та «креативні індустрії» в сучасних умовах не стало актуальним питанням для наукових досліджень в одному, спільному контексті, а саме креативних індустрій як регіональної смарт-спеціалізації. Оскільки, формування та юридичне закріплення смарт-спеціалізацій регіонами в програмних документах розвитку регіонів вже відбулося, то невідкладним постає питання дослідження вище зазначених механізмів з позиції публічного управління.

Активними дослідженнями креативних індустрії, як феномену початку 21 століття, займалися такі міжнародні організації як ООН, ЮНЕСКО, ВОІВ, а серед науковців зі світовим ім'ям – Джон Хокінс та Річард Флорида, П'єр Луїджі Сакко. До вітчизняних дослідників відносять Карасьову Н. А., Копійка В. Д., Мазуренко В. П., Мрихіну О. Б., Проскуріну М.О., Подольчака Н. Ю., Холодницьку А. В., Чухрай Н. І., Щеглюк С. Д.. Смарт-спеціалізацію, як нове поняття у регіональній політиці досліджували Бурик З. М., Васильців Т., Гончаренко І. Г., Левицька О., Слинько М. Ю., Сорока М. А., Яцюк О. С.. Зазначені організації та напрямки наукових досліджень свідчать про міждисциплінарний характер досліджуваного нами напрямку, що сприяє застосування різних наукових підходів для окреслення креативних індустрій в публічному управлінні. Висвітлення концептуальних засад та обґрунтування необхідних механізмів для розвитку креативних індустрій як регіональної смарт-спеціалізації слугуватиме основою розробки дієвих інструментів.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційне дослідження виконано в межах науково-дослідної роботи кафедри адміністративного та фінансового менеджменту Національного університету «Львівська політехніка» за темою «Розвиток інноваційних аспектів публічно-приватного партнерства» (номер державної реєстрації №0118U000345), в якій проаналізовано формування механізмів регіонального розвитку smart-спеціалізації «креативні індустрії».

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є розроблення теоретико-методичних засад формування механізмів розвитку смарт-спеціалізації «креативні індустрії» та практичних рекомендацій визначення ефективності застосування таких механізмів.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення наступних завдань:

- сформуванню матрицю порівняльних характеристик трактування поняття «креативні індустрії» за різними суб'єктами публічного права;
- розробити класифікацію видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій згідно із законодавством відповідно до зазначених напрямків креативних індустрій суб'єктами публічного управління;
- систематизувати регіональні механізми інноваційного розвитку для впровадження концепції смарт-спеціалізації;
- здійснити аналіз розвитку креативних індустрій в Україні за запропонованою класифікацією;
- продемонструвати напрямки впровадження концепції смарт-спеціалізації та розвитку креативних індустрій в стратегічному плануванні різних рівнів публічного управління;
- розробити механізм розвитку смарт-спеціалізації «креативні індустрії», обґрунтувати та продемонструвати доцільність й ефективність використання запропонованих механізмів.

Об'єктом дослідження є процес формування механізмів розвитку смарт-спеціалізації «креативні індустрії».

Предметом дослідження виступають теоретико-методологічні та практичні аспекти формування механізмів розвитку смарт-спеціалізації «креативні індустрії».

Методи дослідження

В ході дослідження для досягнення мети та поставлених завдань використовувалися такі методи як *аналіз та синтез* – при дослідженні формування матриці порівняльних характеристик поняття «креативні індустрії» за різними

суб'єктами публічного права, а також *порівняння*; *систематизації* – при визначенні регіональних механізмів інноваційного розвитку для впровадження концепції смарт-спеціалізації; *системно-структурний аналіз* – при дослідженні нормативно-правових актів щодо впровадження концепції смарт-спеціалізації; *статистичний (кореляційний, багатофакторної регресії)* – для дослідження стану та факторів розвитку креативних індустрій в Україні; *експертних оцінок* – для отримання даних та факторних ознак; *графічний метод* для інтерпретації результатів дослідження стану розвитку креативних індустрій в Україні та напрямків застосування таргетних механізмів; *функціонального та логічного аналізу* для визначення перспективних напрямків застосування таргетних механізмів.

Інформаційною базою дисертаційного дослідження є законодавчі та нормативно-правові акти України всіх рівнів публічного управління, наукові праці вітчизняних та закордонних авторів, офіційні інтернет-ресурси, результати власних емпіричних досліджень.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у формуванні регіональних механізмів розвитку смарт-спеціалізації «креативні індустрії».

Вперше:

- сформовано таргетний механізм регіонального розвитку смарт-спеціалізації «креативні індустрії» через етапи процесу створення креативних продуктів, який фокусує усі заходи публічного управління на ключових цілях, що має стати проривним елементом у забезпеченні розвитку суспільства, його добробуту та ефективного використання обмежених ресурсів.

Удосконалено:

- класифікацію регіональних механізмів інноваційного розвитку із врахуванням особливостей концепції смарт-спеціалізації як теоретично-методологічне підґрунтя для здійснення публічного управління інтенсивним розвитком регіонів, яка, на відміну від чинних, чітко враховує аспекти смарт спеціалізації та особливості їх розвитку в регіональному контексті.

- групування видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій та виділенням окремої групи «креативна освіта» для здійснення об'єктивного аналізу розвитку креативних індустрій в Україні, яка дасть можливість при мінімальному сфокусованому вкладанні ресурсів отримати значний синергічний ефект розвитку суміжних видів діяльності.

- запропонована класифікація елементів виробничого процесу креативних товарів чи послуг з огляду на специфіку креативних індустрій, як управлінського феномену з обґрунтуванням класичних елементів виробничого процесу через призму креативних індустрій та було запропоновано включити до класифікації такі елементи як «бізнес-процеси», «післяпродажний сервіс» та «3R».

Отримали подальший розвиток:

- механізм взаємодії основних суб'єктів впровадження концепції смарт-спеціалізації та визначено залежність таких механізмів від трендів та наявного потенціалу регіону, території або місцевості, з врахуванням інституційного розвитку, який дає змогу обрати кращі бізнес-процеси з метою цілеорієнтованого вкладання державних ресурсів.

- визначення ефективності інфраструктурного забезпечення, як одного з пріоритетних базисів впливу на розвиток креативних індустрій в регіоні, для прогнозування соціально-економічних ефектів від реалізації відповідних проєктів, а найголовніше вибору адекватних заходів розвитку та взаємодії на базі розвитку цієї інфраструктури.

Практичне значення отриманих результатів полягає у використанні результатів дослідження у вигляді методичних матеріалів та практичних рекомендацій під час здійснення публічного управління щодо формування регіональних механізмів розвитку смарт-спеціалізації «креативні індустрії». Сформовано теоретичні висновки, науково-практичні рекомендації та інші результати наукових досліджень використовуються у:

Основні положення і рекомендації, що містяться в роботі, схвалені та використовуються у практичній діяльності Львівської обласної ради (довідка № 1-12/559 від 02.06.2022), Львівської міської ради (довідка №087756 від 03. 06. 2022), Державної інноваційної фінансово-кредитної установи (№11-147/22 від 06.06.2022).

Практична значущість отриманих результатів підтверджена їх використанням при виконанні науково-дослідних робіт кафедри адміністративного та фінансового менеджменту Національного університету «Львівська політехніка», Наукового парку «Львівська політехніка» та під час викладання вибіркової дисципліни «Технології розробки стартапів» (для студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти усіх спеціальностей), а також використовуються для впровадження навчальних дисциплін: «Основи трансферу технологій» (для студентів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 281 «Публічне управління та адміністрування»), «Досвід ЄС в трансфері технологій: теорія та практика» (для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 281 «Публічне управління та адміністрування»).

Особистий внесок здобувача. Усі наукові результати, представлені у дисертації, отримані автором особисто. З наукових праць, що опубліковані у співавторстві, у дисертації використано лише ті ідеї та положення, які є результатом особистої роботи дисертанта.

Апробація результатів дослідження. Основні положення дисертаційної роботи розглянуто та схвалено на міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях, зокрема: Сучасний стан діджиталізації у бізнес-середовищі (м. Львів, 02 березня 2020 р.), Інформаційні та інноваційні технології як елемент розвитку креативних індустрій (Katowice, 23–24 September 2021), Розвиток науки в умовах впровадження концепції смарт-спеціалізації (м. Полтава, 18 листопада 2021 р.), Моніторинг стратегічного планування України щодо впровадження концепції смарт-спеціалізації (Сідней, AUS., 17 грудня 2021 р.), Інформаційно-комунікаційний механізм смарт-спеціалізації регіону (м. Львів, 20-21 січня, 2022 р.).

Публікації. За результатами досліджень опубліковано 14 наукових праць. Серед яких: 1 розділ у колективній монографії, 1 стаття у науковому періодичному виданні іншої держави, 4 статті у фахових виданнях України, 1 розділ в навчальному посібнику, 2 статті в іншому періодичному виданню України, 5 тез доповідей на всеукраїнських та міжнародних науково-практичних конференціях, наукових семінарах. Загальний обсяг опублікованих праць – друк. арк., з яких особисто автору належить – друк. арк.

Обсяг і структура роботи. Дисертація складається із вступу, трьох розділів, поділених на підрозділи, висновку, списку використаних джерел та додатків. Обсяг основного тексту становить 148 сторінок. Дисертаційна робота містить 43 таблиці, 26 рисунків, список використаних джерел із 197 найменувань та 11 додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЄЮ «КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ» В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ НОВОЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

1.1. Креативні індустрії як напрямок публічного управління: закордонний досвід, становлення та розвиток

Глобалізаційні виклики сучасності та суспільні перетворення в Україні вимагають поглиблення та інтенсифікації процесів трансформації публічного управління в Україні на основі принципів демократичності, транспарентності, підзвітності та підконтрольності системи публічного управління громадянському суспільству. У трансформаційних процесах вітчизняного публічного управління можливо прослідкувати певні тенденції та напрямки змін до європеїзації публічного управління, децентралізації влади, запровадження принципів демократичного врядування та нового публічного управління (Решота, 2020).

Однак, паралельно зміни відбуваються і в таких сферах як економіка, освіта, та наука. Це пов'язано зі змінами цінностей у суб'єктів товарно-грошових відносин, що стимулює появу нових напрямків зайнятості, нових методів ресурсного обміну. Все це також важливо враховувати при здійсненні публічного управління на різних рівнях, адже актуалізація напрямків розвитку сприяє відповідності загальносвітовим трендам.

Економіка знань – сучасний тренд розвитку економіки та суспільства, який безпосередньо базується на досягненнях науки та можливістю її монетизації. Основу «суспільства знань» складає інноваційне мислення та творчий потенціал. Поєднання інновацій та творчості сприяло формуванню поняття «креативні індустрії», як індустрій, які поєднують створення, виробництво та комерціалізацію креативних змістів. Креативність є ключовим фактором для суспільства, заснованого на знаннях.

Креативні індустрії впливають на формування доходів бюджету, створення робочих місць, інвестиційну привабливість.

Термін «креативні індустрії» вперше було визначено наприкінці ХХ століття Департаментом культури, медіа та спорту уряду Великобританії. Виникнення даного терміну пов'язане з активним розвитком галузей економіки, в яких «ідея» та «творчий потенціал» заклали основу їхньої успішності, а не традиційні ресурси чи об'єкти так, як «земля», «праця», «капітал».

Поняття «креативні індустрії» почало активно використовуватися з самого початку ХХІ століття. Під ним почали зазначати галузі, які того часу активно розвивалися у Західній Європі та США, займали все більшу частку в економічних системах цих країн і використовували у своїй діяльності сучасні технології для свого розвитку. Динамічний розвиток креативних індустрій призводив до створення все більшої кількості робочих місць. Виділення нових напрямків економічної зайнятості сприяли формуванню окремого економічного сектору – креативної економіки (Кукса та Петухова, 2018).

На міжнародній арені сучасними адептами креативної економіки та креативних індустрій є Джон Хокінс (Howkins, 2001) та Річард Флорида (Florida, 2002). Хокінс є експертом з креативної економіки, член Консультативного комітету ООН з питань креативної економіки, а також автором книг «The Creative Economy: How People Make Money From Ideas» та «Creative Ecologies». Саме його заведено вважати основоположником у сфері креативної економіки. Річард Флорида – американський економіст та соціолог, професор та голова «Інституту Мартін Просперіті» Ротманської школи менеджменту при Торонтському університеті. Відомий тим, що виділив у своїх працях креативний клас як окрему одиницю соціально-економічних класів. Загалом, дослідження вищезгаданих науковців формувалися на розвитку креативних галузей та їхнього впливу на соціально-економічні трансформації в містах, регіонах і країнах, тобто у світових масштабах.

Економіст та мистецтвознавець, професор Міланського університету П'єр Луїджі Сакко (Sacco, 2003) зазначає, що виникнення поняття «креативні індустрії» пов'язано із індустріальною революцією. Поява сучасних технологій в традиційних мистецтвах призвела до зміни способів їхнього створення, використання та поширення (відтворення та поширення звукозаписів, відеозаписів, посилилося книговидання, масові кінопокази). Його дослідження наголошують саме на технологічному впливі на культуру. Технології сприяли збільшенню доступу до культури, вплинули на творчі процеси та змінили цілі культурні напрямки.

Вітчизняні наукові дослідження, пов'язані зі становленням креативних індустрій в Україні, роблять акцент на економічному змісті, а саме на тому, що вони виступають основою для вищезгаданої креативної економіки, зокрема про її потенціал в українських реаліях. В публікаціях вітчизняних науковців поняття «креативні індустрії» починає з'являтися після 2010-х років. Такі науковці як Валецький, О. Л. (2018), Карасьова Н. А. (2019а, b, c), Копійка В. Д. (2018), Щеглюк С. Д. (2017), Проскуріна М.О. (2015), Мазуренко В. П. (2018), Мрихіна О. Б. (2019), Чухрай Н. І. (2019) та Холодницька А. В. (2018) вбачають у креативних індустріях потенціал для постіндустріального, глобального розвитку української економіки через формування відповідного сектору.

Визначення поняття «креативні індустрії» формується науковцями та суб'єктами публічного управління з використанням концептуального підходу. Тобто на даному етапі досліджень теперішні визначення мають відмінні та подібні трактування.

В першу чергу варто зазначити, що у наукових дослідженнях, окрім креативних індустрій, зустрічаються ще два поняття – «культурні індустрії» та «творчі індустрії». Дані терміни є дотичними до визначення «креативних індустрій». Визначення «творчі індустрії» зустрічається у вітчизняній літературі, оскільки є дослівним перекладом з англійської мови поняття «креативні індустрії». Загалом, науковцями заведено вважати, що «креативні індустрії» є розширеним поняттям «культурні індустрії».

Культурні індустрії використовуються для опису традиційних видів культурної діяльності, а креативні індустрії додають до свого переліку нові, інноваційні види діяльності, які генеруються через розвиток цифрових та інформаційних технологій.

Першим державним органом, який дав визначення поняття «креативні індустрії» був Британський департамент культури, медіа та спорту. У визначенні Галахової (2014) Британський департамент культури, медіа та спорту трактує креативні індустрії: «як такі індустрії, які походять з індивідуальної креативності, вміння і таланту, і які мають потенціал до багатства і створення робочих місць через генерування та використання інтелектуальної власності».

Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО) визначає креативні індустрії як індустрії, метою яких є створення, виробництво і комерціалізацію творчих (креативного) змістів, які є нематеріальними і культурними за своєю природою. Такі змісти зазвичай захищені правом інтелектуальної власності і вони можуть набрати форми продукту чи послуги (Галахова, 2014).

Дослідження Подольчака та Левицької (2021) зазначає, що Конференція ООН з торгівлі та розвитку ЮНКТАД визначає креативні індустрії як: «цикли створення, виробництва, обміну і розподілу товарів і послуг, які ґрунтуються на творчому та інтелектуальному капіталі; діяльність на основі знань, що сфокусована, але не обмежується мистецтвом, потенційно орієнтовану на отримання прибутку від торгівлі та прав інтелектуальної власності; матеріальні продукти та нематеріальні інтелектуальні або мистецькі послуги з творчим змістом та економічною цінністю, і водночас такі продукти і послуги, що орієнтовані на досягнення та ринкових цілей».

В Україні поняття «креативні індустрії» є визначеним у Законі України «Про культуру» (Верховна Рада України, 2018): «креативні індустрії – види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості і робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження».

Таблиця 1.1

Результати аналізу суб'єктів публічного права, які зафіксували в нормативно-правових актах визначення «креативні індустрії» з визначеним обсягом їх правосуб'єктності

Обсяг правосуб'єктності	Міністерство культури, медіа та спорту Великобританії	ЮНЕСКО	ЮНКТАД	Міністерство культури та інформаційної політики України
Наявність таланту та вмінь	+	+	+	-
Створення робочих місць	+	-	-	+
Створення об'єктів інтелектуальної власності	+	+	+	-
Нематеріальні активи, які можуть набувати форми продукту чи послуги	-	+	+	-
Додаткова економічна цінність	+	+	+	+
Види економічної діяльності	-	-	+	+
Процес, послідовність дій	-	+	+	-

Примітка: сформовано автором на підставі джерел Верховна Рада України, 2018; Демократія через культуру; Галахова, 2014; Подольчак та Левицька, 2021;

Зокрема, проаналізовані суб'єкти в табл. 1.1 сходяться в тому, що в основі розвитку креативних індустрій визначну роль відіграють таланти та вміння. В нормативно-правових актах України визначення терміну «креативні індустрії» має виключно економічні характеристики та не охоплює результати креативної діяльності, а також інтелектуальну власність. Основна увага в українському законодавстві акцентується на економічний результат.

Дослідження галузі креативних індустрій передбачає визначення основних структурних характеристик. До класифікації креативних індустрій існує два основних підходи: інституційні (зафіксовані в нормативно-правових актах суб'єктів інституційного права) та авторські (дослідниками державного управління, економіки та інших суміжних галузей). Оскільки, система державного управління формується

через органи виконавчої влади, то доцільним є аналіз інституційного підходу до класифікації креативних індустрій.

В хронологічній послідовності першою інституцією, яка запропонувала класифікацію стало Міністерство культури, медіа та спорту Великобританії у 2001 році. Визначено, що галузь креативної економіки формують 13 секторів: реклама; ринок сучасного мистецтва та антикваріату; ремесла; дизайн; мода; кіно та відео; інтерактивне дозвілля та програмне забезпечення; музика; перформативні мистецтва; видавнича справа; програмне забезпечення та комп'ютерні послуги; ТБ та радіомовлення (Подольчак та Левицька, 2021).

Інституцією, яка визначила структуру креативних індустрій стала Всесвітня організація інтелектуальної власності (ВОІВ) у 2003 році. Структура від ВОІВ включає до класифікації галузі, які прямо (основні галузі) чи опосередковано (взаємозалежні та проміжні галузі) стосуються об'єктів авторського права. До основних галузей відносять: реклама, організація колективного управління майновими правами, кіно та відео, музика, виконавські види мистецтва, видавнича справа, програмне забезпечення, радіо і телебачення, візуальне та графічне мистецтво. Взаємозалежні галузі авторського права: записуючі матеріали (касети, диски тощо), побутова електроніка, музичні інструменти, паперова індустрія, фотографічне обладнання. До проміжних галузей відносять архітектуру, одяг та взуття, дизайн, моду, предмети домашнього вжитку, іграшки (Галахова, 2014; Подольчак та Левицька, 2021).

У 2005 році інститут статистики ЮНЕСКО запропонував власну структуру креативних індустрій з акцентом на культуру і виділив дві основні групи: індустрії в основних напрямках культурної сфери та індустрії, які мають вплив на сферу культури. До основних напрямків належать музеї, галереї, бібліотеки, виконавські види мистецтва, фестивалі, образотворче мистецтво, ремесла, дизайн, видавництво, телебачення, радіо, фільми та відео, фотографія, інтерактивні медіа. Індустрії, які мають вплив на сферу культури: музичні інструменти, звукове обладнання,

архітектура, реклама, поліграфічне обладнання, програмне забезпечення, аудіовізуальне апаратне забезпечення (UNESCO, 2019; Подольчак та Левицька 2021).

Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) у доповіді 2008 та 2010-тих років «Креативна економіка» виділила у креативних індустріях чотири основні групи: спадщина, ремесла, засоби масової інформації та функціональні витвори. Чотири групи об'єднують дев'ять основних підгруп в яких зазначено напрямки креативних індустрій. До групи «Спадщина» відносять традиційну культуру (декоративно-прикладне мистецтво, ремесла, фестивалі та події) та культурні пам'ятки (музеї, виставки, бібліотеки, археологічні локації). До групи «Ремесла» відносять візуальне мистецтво (живопис, скульптура, фотографія та антикваріат) та сценічне мистецтво (жива музика, театр, танці, опера, цирк, ляльковий театр тощо). До групи «Засоби масової інформації» належать видавництво та друковані видання (книги, газети тощо), а також аудіовізуальні медіа (кіно, ТБ, радіо). До групи «Функціональні витвори» включають дизайн (інтер'єр, графіка, іграшки, моду, ювелірні вироби), нові засоби масової інформації (програмне забезпечення, відеоігри, цифрові творчі продукти) та творчі послуги (рекламні, архітектурні, культурно-рекреаційні, культурні дослідження та розробки, цифрові та інші супутні творчі послуги) (UNCTAD, 2008; UNCTAD, 2018; UNCTADstat, 2020).

В Україні на законодавчому рівні перелік креативних індустрій було затверджено у 2019 році Розпорядженням Кабінету Міністрів України (Кабінет Міністрів України, 2019а). Затверджений перелік формується із чіткого переліку видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій.

Як зазначено на Єдиному вебпорталі органів виконавчої влади України (Урядовий портал, 2019), а також в аналітичному звіті Центру аналізу міжнародної торгівлі «Trade+» (Ніколаєва, Онопрієнко, Таран, Шоломицький та Яворський, 2020), який був підготовлений на замовлення Міністерства культури та інформаційної політики України, до креативних індустрій належать:

- народні художні промисли;
- візуальне мистецтво: живопис, графіка, скульптура, фотографія тощо;
- сценічне мистецтво: жива музика, театр, танець, опера, цирк, ляльковий театр тощо;
- література, видавнича діяльність та друковані засоби масової інформації;
- аудіальне мистецтво;
- аудіовізуальне мистецтво: кіно, телебачення, відео, анімація, мультиплікація тощо;
- дизайн;
- мода;
- нові медіа та інформаційно-комунікаційні технології: програмне забезпечення, відеоігри, цифрові технології в мистецтві (3D-друк; віртуальна, доповнена, змішана реальність тощо);
- архітектура й урбаністика;
- реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю та інші креативні послуги;
- бібліотеки, архіви та музеї.

Представлення в публічному просторі секторів креативних індустрій в Україні надає нам можливість провести порівняльний аналіз інституційних класифікацій креативних індустрій табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Інституційні класифікації креативних індустрій

	Міністерство культури, медіа та спорту Великобританії	ВОІВ	ЮНЕСКО	ЮНКТАД	Міністерство культури та інформаційної політики України
Кількість груп	-	3	2	4	-
Кількість індустрій	13	20	21	9	12

Продовження табл. 1. 2

Діяльність щодо розвитку креативних індустрій	Креативні податкові пільги; матеріальна підтримка культурного розвитку, фондів, програм; підтримка малих населених пунктів та регіонів; Урядова підтримка міжнародної співпраці	Забезпечити захист інтелектуальної власності та заохотити творчу діяльність у креативних індустріях	Розробка, реалізація та координація міжнародних програм у сфері Культури, Освіти, Комунікації та інформації	Сприяння розвитку, вироблення принципів та юридичної бази, координації міжнародної торгівлі та міжнародних економічних відносин	Створення державних установ для розвитку культури; Підтримка креативних індустрій у період пандемії Covid 19
-----------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Примітка: сформовано автором на підставі джерел UNCTAD, 2008; Галахова, 2014; UNCTAD, 2018; UNESCO, 2019; Урядовий портал, 2019; UNCTADstat, 2020; Подольчак та Левицька 2021

Український підхід до класифікації креативних індустрій вирізняється від проаналізованих вище класифікацій. На законодавчому рівні визначення терміну «креативні індустрії», їхній розвиток та підтримка в Україні розпочалося з 2018 року, більше ніж на 15 років пізніше ніж на міжнародній арені. Позитивний момент прослідковується в тому, що це сприяло що у визначенні вітчизняного переліку креативних індустрій додано інноваційні види діяльності, зокрема анімація, цифрові технології в мистецтві (3D-друк; віртуальна, доповнена, змішана реальність тощо) та урбаністика. Однак, негативний наслідок – відсутність стратегічного та тактичного плану дій із розвитку даного напрямку в національному вимірі.

Затверджений у 2019 році Розпорядженням Кабінету Міністрів України перелік видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій охоплює 34 види (Кабінет Міністрів України, 2019а). Таким чином, спроектуємо класифікацію затверджених видів економічної діяльності та зазначеними вище напрямками креативних індустрій табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Публічне адміністрування креативних індустрій у розрізі видів економічної діяльності

Напрямки креативних індустрій	Секція	Код	Види економічної діяльності
Народні художні промисли	Переробна промисловість	32.12	Виробництво ювелірних і подібних виробів
		32.13	Виробництво біжутерії та подібних виробів
		32.20	Виробництво музичних інструментів
Візуальне мистецтво	Професійна, наукова та технічна діяльність	74.20	Діяльність у сфері фотографії
Сценічне мистецтво	Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	90.01	Театральна та концертна діяльність,
		90.02	Діяльність щодо підтримання театральних і концертних заходів,
		90.03	Індивідуальна мистецька діяльність,
		90.04	Функціонування театральних і концертних залів
Література, видавнича діяльність та друковані засоби масової інформації	Інформація та телекомунікації	58.11	Видання книг,
		58.13	Видання газет
		58.14	Видання журналів і періодичних видань
		58.19	Інші види видавничої діяльності
Аудіальне мистецтво	Інформація та телекомунікації	59.20	Видання звукозаписів
		60.10	Діяльність у сфері радіомовлення
Аудіовізуальне мистецтво	Інформація та телекомунікації	59.11	Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм,
		59.12	Компонування кіно- та відеофільмів, телевізійних програм,
		59.13	Розповсюдження кіно- та відеофільмів, телевізійних програм,
		59.14	Демонстрація кінофільмів
		60.20	Діяльність у сфері телевізійного мовлення
Дизайн / мода	Професійна, наукова та технічна діяльність	74.10	Спеціалізована діяльність із дизайну
Нові медіа та інформаційно-комунікаційні технології	Інформація та телекомунікації	58.21	Видання комп'ютерних ігор
		58.29	Видання іншого програмного забезпечення
		62.01	Комп'ютерне програмування
		62.02	Консультавання з питань інформатизації
		63.91	Діяльність інформаційних агентств
Архітектура й урбаністика	Професійна, наукова та технічна діяльність	71.11	Діяльність у сфері архітектури
Реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю та інші креативні послуги	Професійна, наукова та технічна діяльність	70.21	Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю
		73.11	Рекламні агентства
		73.12	Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації
Бібліотеки, архіви та музеї	Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	91.01	Функціонування бібліотек і архівів
		91.02	Функціонування музеїв

Примітка: складено автором на підставі джерел Кабінет Міністрів України, 2019а; Урядовий портал, 2019; Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики, 2010.

Як зазначається у тому ж таки аналітичному дослідженні Центру аналізу міжнародної торгівлі «Trade+» (Ніколаєва, Онопрієнко, Таран, Шоломицький та Яворський, 2020): види економічної діяльності, визначені розпорядженням Кабінету Міністрів України № 265-р, охоплюють активність, що безпосередньо пов'язана зі створенням креативного продукту. Водночас значний внесок у креативну економіку роблять і суміжні сфери (діяльність у сфері зв'язку, друк, туризм тощо). Це додаткові види економічної діяльності, які надають підтримку, полегшують, обслуговують та/або уможливають створення, виробництво й розповсюдження продукту, який генерується креативними індустріями.

Зіставлення також дозволило зауважити, що існує невідповідність між зазначеними групами креативних індустрій та переліком видів економічної діяльності. Зокрема, до переліку видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій відносять «Освіту у сфері культури» та «Надання послуг з перекладу». Зазначені види можуть використовуватися у всіх групах креативних індустрій, тому вони не зазначені у порівнянні табл. 1.3. Невизначеними напрямками залишаються надання послуг 3-D друку та деякі види цифрових технологій (віртуальна, додана та змішана реальність тощо). Дані послуги не зазначаються у переліку видів економічної діяльності, що створює перешкоди для розуміння стану цих послуг в публічному управлінні та економічному контексті. Також у переліку видів економічної діяльності, що належать до креативних індустрій віднесено «Дослідження і експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук». Однак, якщо врахувати той факт, що креативними індустріями є нові медіа та інформаційно-комунікаційні технології, архітектура та урбаністика, то доцільно це унеможливує проведення досліджень у цих напрямках відносити до розвитку креативних індустрій. Доцільно було б виділити окремий сектор, який би об'єднував освіту та дослідження у галузі креативних індустрій – креативна освіта.

Розглянувши види економічної діяльності, які належать до креативних індустрій за належністю до секцій у Національному класифікаторі України, окреслимо основні сфери, де вони виникають рис 1. 1.



Рисунок 1.1. Публічне управління розвитком креативних індустрій за видами економічної діяльності

Примітка: сформовано автором на основі джерел Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики, 2010; Подольчак та Левицька 2021.

Не заперечним залишається той факт, що основою креативних індустрій є індивідуальні таланти та вміння, які часто поєднують в собі кілька видів діяльності для досягнення унікального результату. Як зазначалося вище, міжвидова взаємодія існує в окреслених видах економічної діяльності. Часто результатом міжвидової креативної діяльності також є стартапи, які виникають через недосконалість того чи іншого продукту, послуги, технології тощо. Стартапи є амбітним напрямком для публічного управління щодо розвитку креативних індустрій.

Загалом, динамічний розвиток креативних індустрій у світі продукує нові напрямки діяльності та зайнятості населення. В контексті актуальної класифікації

видів економічної діяльності ДК 009: 2010, визначена Національним класифікатором України, яка призначена для державного управління, статистичної обробки та аналізу даних щодо економічної та соціальної інформації, можна зробити висновок, що частину напрямків розвитку креативних індустрій поки що не можливо повноцінно подати через дану систему. Виникає потреба державного регулювання для оновлення чинної системи класифікації сфер зайнятості суб'єктів господарювання.

Державне регулювання креативні індустрії в Україні відносно нове явище. Для концептуального визначення поняття «креативні індустрії» обрано економічний контекст, відсутні характеристики щодо інтелектуальної власності, індивідуального таланту. Позитивним чинником державного регулювання є закріплений перелік видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій. Це дозволяє аналізувати дані щодо стану креативних індустрій. Однак, темп розвитку напрямків зайнятості населення, зокрема і креативних індустрій, є набагато швидшим ніж наявність сучасних напрямків у державному регулюванні, статистичних даних тощо.

1.2. Концепція смарт-спеціалізації: європейський, національний та регіональний рівні в публічному управлінні

Глобалізаційні процеси, швидкий розвиток технологій, цифровізація та автоматизація сьогодні змінюють все суспільство. Пристосування до сучасних умов стрімкого розвитку неможливо без визначеної програми дій.

Європейський Союз, визнаючи наростання конкуренції та програвання в технологічному розвитку США, Китаю, країнам Південно-Східної Азії, маючи значний науковий потенціал, змінив підхід до стимулювання впровадження інновацій у різних секторах економіки із врахуванням унікальних умов окремих територій. Це знаходиться в основі змін і появи нової регіональної політики, зокрема концепції смарт-спеціалізації та визначенні пріоритетних напрямків для фінансування окремих регіонів Європейського Союзу.

На електронному порталі Європейського Союзу щодо смарт-спеціалізації (Smart Specialisation Platform, 2020a) вказано, що смарт-спеціалізація – це підхід, який полягає у визначенні стратегічних сфер для зростання на визначених територіях, заснованих як на економічному аналізі та аналізі сильних і слабких сторін, так і на підприємницькому відкритті із широким залученням зацікавлених сторін.

В системі державного управління під поняттям «смарт-спеціалізація» доцільно розглядати два аспекти – загальну концепцію підходу та розроблену національну або регіональну стратегію на основі концепції.

Смарт-спеціалізація («S3» – від англ. Smart Specialisation Strategy) – концепція та політика інноваційного регіонального розвитку Євросоюзу, яка сприяє економічному зростанню в регіонах через краще розкриття його потенціалу (Industry4ukraine, 2021).

Стратегія смарт-спеціалізації («RIS 3» - від англ. Research and Innovation Strategy for Smart Specialisation) – інтегрована, локальна програма трансформації визначеної території (Лещук та Патицька, 2020).

Смарт-спеціалізація передбачає об'єднання промислової, освітньої та інноваційної галузі для визначення пріоритетних напрямів регіону і стратегічної співпраці задля спільної мети – піднесення регіону через модель економіки знань.

Концепція смарт-спеціалізації полягає в тому, щоб влада спонукала та стимулювала бізнес і наукове середовище краще співпрацювати з підприємствами для розкриття головних галузей та/чи секторів спеціалізації регіону. Досягти результату можливо лише за умови ефективної співпраці та синергії між місцевою владою, бізнесом, академічним середовищем та громадянським суспільством рис. 1.2.

Міжвідомча робоча група ООН з питань Науки, Технологій та Інновацій, яка функціонує для забезпечення досягнень цілей сталого розвитку позиціює концепцію смарт-спеціалізацію як одну із глобальних методологій проектування, моніторингу та впровадження даних цілей. Концепція смарт-спеціалізації вважається ключовим елементом інноваційного плану «ЄС 2020».



Рисунок 1.2. Ключові елементи співпраці в концепції смарт-спеціалізації з метою інноваційного розвитку регіону та держави в цілому

Примітка: сформовано автором

Влада – підкреслюється роль регіональних органів влади, як ініціативного рушія для налагодження діалогу між ключовими суб'єктами, які зазначені на рис. 1.2.

Бізнес – підприємницьке середовище, яке володіє розумінням реального стану локального, регіонального, національного, глобального ринку. Здатне генерувати запити актуальних векторів для подальшого розвитку підприємництва.

Наука – можливість актуалізувати дослідницькі пошуки через запити підприємницького середовища і як наслідок отримані результати та досягнення впроваджувати на місцях.

Громадськість – залучення в процес формування напрямків стратегічного розвитку представників громадських об'єднань, спілок та активних громадян для критичної оцінки перспектив регіональних змін.

Концепції смарт-спеціалізації полягає у фокусуванні знань на пріоритетних видах економічної діяльності для досягнення конкурентоспроможних переваг обраних територій. Нові знання, інноваційні рішення – є важливим фактором продуктивності. Знання повинні бути ідентифіковані та застосовані за підтримки зацікавлених сторін. Передача знань в процес підприємницької діяльності створює унікальні ресурси та можливості для зростання. Відмінність між застосуванням та не застосуванням даної концепції у державному управлінні показано на рис. 1.3.

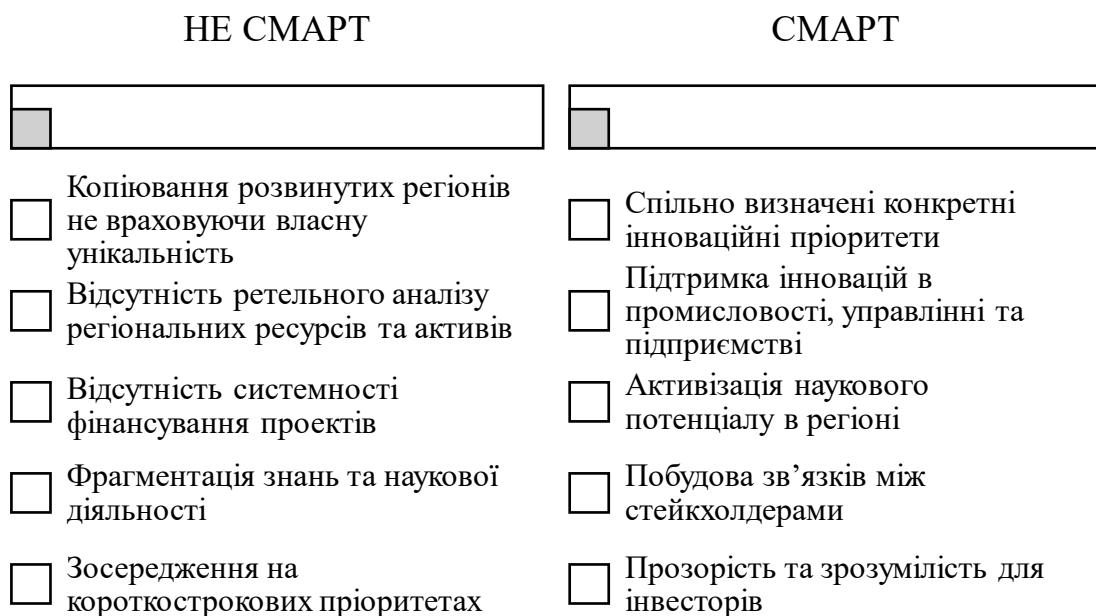


Рисунок 1.3. Ознаки відмінностей підходу смарт-спеціалізації на засадах політики держави

Примітка: сформовано автором на основі джерел

Зазначення у вітчизняних наукових публікаціях підходу смарт-спеціалізації спостерігається саме після 2015 року. На це вплинули низка наступних подій,

хронологія яких починається із нового періоду в історії незалежної України – з 2014 року – після прийняття Європейською Комісією пакета підтримки для стабілізації української економіки. Подана хронологія подій, які вплинули на використання підходу смарт-спеціалізації в Україні сформована у табл. 1.4.

Таблиця 1.4

Етапи впровадження підходу смарт-спеціалізації в розрізі інституційних та правових змін в Україні за підтримки ЄС

Рік	Дії Європейської Комісії
5 березня 2014	Європейська Комісія оголосила про великий пакет підтримки України для сприяння стабілізації економіки.
9 квітня 2014	Європейська Комісія ініціює створення Групи підтримки України. Це стало гарантією того, що українська влада має необхідну підтримку для проведення політичних та економічних реформ.
Липень 2015	Перше засідання Комітету з асоціації Україна-ЄС. Розгляд стану реформ, навчальний візит у важливих сферах реформ до установ ЄС
2015	Україна підписала угоду про асоціацію з програмою «HORIZON 2020» - багатонаціональною програмою, яка підтримує науково-дослідні роботи, інноваційну діяльність.
2017	Початок пілотного проекту розробки концепції смарт-спеціалізації Спільним дослідницьким центром (Join Research Centre) для України
2019	Додаткова підтримка впровадження смарт-спеціалізації в Україні в рамках пілотного проекту Генерального Директорату Європейської Комісії з питань регіональної та міської політики (DG REGIO)

Примітка: складено автором на основі джерел Smart Specialisation Platform, 2020b

Угода про асоціацію з Європейським Союзом (ЄС) передбачає, що до кінця 2025 року Україна повинна максимально наблизити своє законодавство до законодавства ЄС та імплементувати у вітчизняне законодавство положення близько 350 директив, регламентів та рішень ЄС (Децентралізація, 2019).

В таких умовах, а саме побудови правової, соціальної держави через залучення органів місцевого самоврядування до державотворчих процесів, відбувається децентралізація державного управління. Впровадження та реалізація Реформи децентралізації в Україні здійснюється з 2014 року, що є важливим сприятливим фактором для можливості використання підходу смарт-спеціалізації в Україні

У квітні 2014 року Уряд схвалив головний концептуальний документ – Концепцію реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади (Кабінет Міністрів України, 2014a). Наступним кроком став затверджений План заходів щодо її реалізації, які дали старт реформі (Кабінет Міністрів України, 2014b). Основний зміст реформи полягає у створенні територіальних громад як базового рівня інституту місцевого самоврядування відповідно до положень Європейської хартії місцевого самоврядування. Окрім, вищезазначеної Концепції, було прийнято Закони України «Про співробітництво територіальних громад» (Верховна Рада України, 2014a), «Про добровільне об'єднання територіальних громад» (Верховна Рада України, 2015). Щодо фінансової децентралізації – зміни до Бюджетного і Податкового кодексів.

Територіальна організація діяльності дозволяє підвищити ефективність місцевого самоврядування та сприяти узгодженню інтересів держави та територіальних громад. Децентралізація державного управління це своєрідна модернізація держави, це єдність державної влади та самостійності територіальних громад, подолання розриву між рівнем розвитку суспільства та здійсненням державного управління. Децентралізація сприяє зосередженню на актуальних проблемах кожної окремої території, що є важливою умовою для впровадження смарт-спеціалізації, оскільки саме територіальні громади формують регіональний рівень, де і повинен бути реалізований даний підхід.

Асоціація програми «HORIZON 2020» та Український інститут міжнародної політики (2019) наголошують на тому, що для України вирішальним значенням для її економічного зростання є наукові дослідження та інновації. В результаті Спільний дослідницький центр Європейської комісії в рамках одного з пілотних проєктів розробив пілотний проєкт щодо розробки дослідницької та інноваційної політики смарт-спеціалізації для України. З метою забезпечити підтримку збільшення потенціалу науково-інноваційної політики в стратегічному розвитку через залучення зацікавлених сторін для підвищення конкурентоспроможності національної та

регіональної економіки і можливості їхньої інтеграції до міжнародних. Спільний дослідницький центр надає методологічну підтримку. Додаткова підтримка з 2019 року надається від Генерального Директорату Європейської Комісії з питань регіональної та міської політики.

Дослідження підходу смарт-спеціалізації в Україні проводяться в напрямках: європейського досвіду застосування даного підходу Березіна О. Ю. (2018), Березняк Н. В. та Рожкова Л. В. (2019), Іващенко А. (2021), Корнилюк А. В. (2020) та інші; впливу підходу на конкурентоспроможність нашої держави Єгоров І. Ю., Бажал Ю. М. та Хаустов В. К. (2020); Сорока М. А. (2019) та інші; стратегічного планування на регіональному рівні Барановський М. О. (2020), Возняк Г. В. (2021), Гончаренко І. Г. та Слинсько М. Ю. (2020), Левченко О.М. та Ткачук О.В. (2019), Сорока М. А. (2019), Сторонянська І. З., Мельник М. І. та Лещух І. В. (2020), Яцюк О. С. (2018) та інші. Низка наукових праць пов'язані із аналізом конкретних регіонів України щодо потенціалу впровадження смарт-спеціалізації, а також дослідженням потенціалу окремих територіальних громад.

Значний внесок у дослідженнях даної концепції здійснили науковці Інституту регіональних досліджень ім. М. І. Долішнього НАН України Васильців Т., Левицька О. (2021), які сприяли адаптації методики оцінювання потенціалу регіонів відповідно до українських особливостей.

Беручи до уваги публікації зазначених авторів, то можемо дійти висновків, що основна увага акцентується на тому, що підхід смарт-спеціалізації сприяє розвитку інноваційного потенціалу, цифровій трансформації та конкурентоспроможності. Основні складові підходу показані на рис. 1.4..

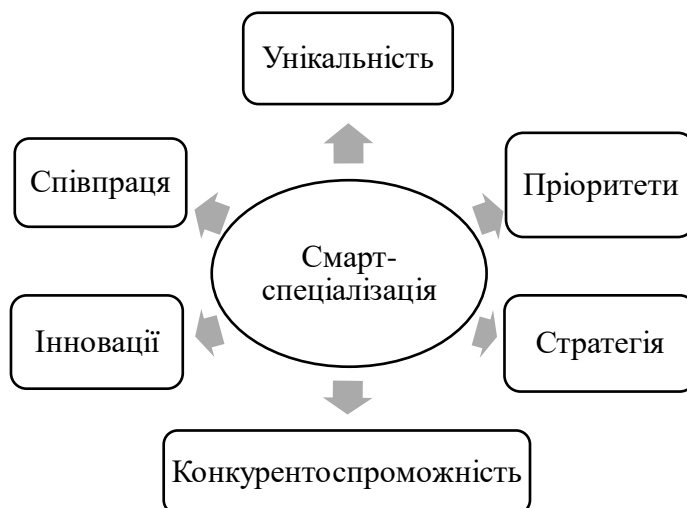


Рисунок 1.4. Основні складові підходу смарт-спеціалізації в публічному управлінні
Примітка: сформовано автором

Унікальність – можливість віднайти особливі інноваційні пріоритети області, які не будуть дублюватися з іншими областями.

Співпраця – постійна спільна робота влади, бізнесу, науки та громадськості дає можливість реалізувати смарт-спеціалізацію.

Інновації – актуалізація інноваційних рішень.

Конкурентоспроможність – регіональна конкуренція та формування спільнот на міжнародному рівні.

Стратегія – кожен пріоритет смарт- матиме свій план дій із завданнями, індикаторами, де кожен учасник має свою ділянку роботи та відповідальності.

Пріоритети – область матиме кілька максимально деталізованих пріоритетів інноваційного розвитку.

Стратегії смарт-спеціалізації в Україні мають регіональну орієнтованість. На державному рівні стратегії смарт-спеціалізації зазначаються у Регіональних стратегіях розвитку регіонів на період 2021-2027 років. Хронологія щодо реалізації стратегії в регіонах представлена у табл. 1. 5.

Таблиця 1.5

Результати впровадження смарт-спеціалізації на регіональному рівні в Україні станом на червень 2021 року

Рік	Результати
2017	Початок роботи пілотного проекту розробки концепції та стратегій смарт-спеціалізації для трьох областей – Запорізька, Одеська, Харківська
2018	Формування регіональних команд для розробки стратегій із залученням європейських експертів
2019	Залучення до процесу розробки стратегії смарт-спеціалізації всіх регіонів України
2020	Сформовано та затверджено Стратегії розвитку регіонів на період 2021-2027 років із визначеними пріоритетами смарт-спеціалізації
2021	Розробка дорожніх карт, планів дій для впровадження стратегії

Примітка: складено автором на основі джерел Ukraine crisis media center, 2020; Міністерство розвитку громад та територій України, 2021а.

Пілотний пошук смарт-спеціалізації в українських регіонах розпочався у 2017 році в трьох областях – Запорізькій, Харківській та Одеській. Ефективна взаємодія Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України (2019) з Єврокомісією дозволило збільшити кількість регіонів, які працюють над визначенням смарт-спеціалізації, до 19 областей.

У 2018 році Кабінет Міністрів України видав Постанову «Деякі питання реалізації у 2018-2020 роках Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року» (Кабінет Міністрів України, 2018а). В постанові зазначено про використання в системі стратегічного планування регіонального розвитку на засадах смарт-спеціалізації та урахуванням світових, ринкових та технологічних тенденцій інноваційного розвитку, конкурентоспроможних напрямків економічної діяльності.

В чинному законодавстві, щодо концепції смарт-спеціалізації існує лише один законодавчий акт – Постанова Кабінету Міністрів України «Про внесення змін до порядків, затверджених постановами Кабінету Міністрів України від 11 листопада 2015 р. № 931 і 932» від 14 листопада 2018 року № 959 (Кабінет Міністрів України, 2018б). В якій зазначено, що в стратегічному плануванні регіони повинні використати підхід смарт-спеціалізації хоча б для однієї стратегічної цілі. Регіон ототожнюється з

обласним рівнем адміністративно-територіального поділу. Власне, дана постанова зобов'язала включити підхід смарт-спеціалізації до регіональних стратегій на наступний програмний період.

Міністерством розвитку громад та територій України у 2019 році було визначено, що у систему стратегічного планування регіонального розвитку на програмний період 2021-2027 років, обов'язково має бути впроваджена смарт-спеціалізація. Зазначено, що не менше, ніж одна стратегічна ціль регіональної стратегії повинна бути визначена на засадах смарт-спеціалізації (Децентралізація, 2019), відповідно кількість регіонів збільшилася до 24. Обрана смарт-спеціалізація повинна забезпечити інноваційний розвиток регіону та створити конкурентоспроможну діяльність відповідно до світових тенденцій та міжнародних ринків з використанням наукового потенціалу.

Більшість областей до кінця 2019 року представили проекти регіональних стратегій розвитку областей України на період 2021-2027 років. Враховуючи положення Постанови Кабінету міністрів України від 5 серпня 2020 року №695 «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки» (Кабінет Міністрів України, 2020b) проекти регіональних стратегій були адаптованими та затвердженими до кінця 2020 року і набрали чинності із 2021 року. Стратегії є у вільному доступі на вебпорталах обласних державних адміністрацій, а також на вебпорталі Міністерства розвитку громад та територій України.

Після оприлюднення стратегій розвитку українських регіонів на програмний період з 2021 по 2027 рік і зобов'язання включення в стратегічне планування смарт-спеціалізації у вітчизняній науці розгорнулися дискусії щодо процесу визначення пріоритетних галузей, точності обраних напрямків тощо. Дослідженнями стратегічного планування займалися Захарова О.В., Федоренко Н.А. та Деньга, Л.М. (2021), Слинко М. Ю. (2021), Швець Н. В. та Шевцова Г. З. (2020). В контексті зазначених наукових праць та наявних регіональних стратегій проведемо дослідження імплементації підходу смарт-спеціалізації через публічне управління.

Включення підходу смарт-спеціалізації до стратегічного планування регіонального розвитку має різні інтерпретації табл. 1.6.

Таблиця 1.6

Визначені стратегічні цілі українських регіонів з використанням підходу смарт-спеціалізації

Область	Стратегічна ціль
Вінницька	Конкурентоздатний регіон на основі інноваційного та сталого розвитку
Волинська	Розвиток інноваційної економіки (на засадах смарт-спеціалізації)
Дніпропетровська	Інноваційний розвиток регіону на основі смарт-спеціалізації
Донецька	Оновлена, конкурентоспроможна економіка
Житомирська	Посилення конкурентних економічних переваг регіону
Закарпатська	Побудова локальних економік знань та смарт-спеціалізація
Запорізька	Конкурентоспроможна економіка регіону (яка розвивається на засадах смарт-спеціалізації) у національному та глобальному просторі
Івано-Франківська	Конкурентоспроможна економіка на засадах смарт-спеціалізації
Київська	Розвиток інноваційно орієнтованих галузей економіки (на засадах смарт-спеціалізації)
Кіровоградська	Конкурентоспроможна інноваційно-спрямована економіка, яка розвивається на засадах смарт-спеціалізації
Луганська	Економічне зростання регіону: конкурентоспроможність, смарт-спеціалізація, сприятливе бізнес-середовище
Львівська	Конкурентоспроможна економіка на засадах смарт-спеціалізації
Миколаївська	Конкурентоспроможна економіка на основі інноваційного та інноваційного розвитку, зокрема у сферах, визначених смарт-спеціалізацією
Одеська	Формування на засадах інновацій експортно-орієнтованої харчової індустрії
Полтавська	Збалансована інноваційна конкурентоспроможна економіка
Рівненська	Розвиток конкурентної економіки
Сумська	Розвиток регіональної економіки на засадах смарт-спеціалізації
Тернопільська	Підвищення конкурентоспроможності регіону
Харківська	Побудова конкурентоспроможної та смарт-спеціалізованої просторової економіки з високою доданою вартістю
Херсонська	Посилення конкурентних переваг області на основі смарт-спеціалізації
Хмельницька	Зростання інноваційного потенціалу та смарт-спеціалізація
Черкаська	SMART-спеціалізація регіону С.1 Інноваційні агро технології, глибока переробка сільськогосподарської продукції, висока якість продуктів харчування
Чернівці	SMART Підвищення конкурентоспроможності регіону шляхом сталого розвитку сільського господарства, переробної промисловості та туризму
Чернігів	Прискорений інноваційний розвиток пріоритетних сфер економічної діяльності

Примітка: складено автором на основі джерел Міністерство розвитку громад та території 2020a; 2020b; 2020c; 2020d; 2020e; 2020f; 2020g; 2020h; 2020i; 2020j; 2020k; 2020l; 2020m; 2020n; 2020o; 2020p; 2020q; 2020r; 2020s; 2020t; 2020u; 2020v; 2020w; 2020x.

Визначені стратегічні цілі, які передбачають використання підходу смарт-спеціалізації демонструють, що даний підхід в стратегічному розвитку повинен сприяти формуванню конкурентоспроможних переваг, економічному піднесенню регіону через сприяння залученню територіального інноваційного ресурсу.

Водночас стратегічне планування регіонів України використовує підхід смарт-спеціалізації як різні елементи стратегії:

1. Стратегічна ціль: Волинська, Дніпропетровська, Закарпатська, Запорізька, Івано-Франківська, Київська, Кіровоградська, Луганська, Львівська, Миколаївська, Одеська, Сумська, Харківська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська, Чернівецька області.
2. Оперативна ціль: Донецька, Житомирська, Полтавська, Тернопільська області.

Окрім стратегічних та оперативних цілей, у Вінницькому, Одеському, Рівненському та Чернігівському регіоні смарт-спеціалізація зазначається в інших аспектах. Зокрема, Одеський регіон, який був обраним одним із пілотних регіонів для впровадження даного підходу ще з 2016 року, обрану галузь смарт-спеціалізації зазначив у самій назві стратегічної цілі «Формування на засадах інновацій експортноорієнтованої харчової індустрії». Вінницький регіон визначає смарт-спеціалізацію, як принцип перетворення оперативної цілі «Підтримка агропромислового виробництва» через спільний розвиток агропромислового комплексу та ІКТ сфери. Рівненський регіон зазначає підхід смарт-спеціалізації як одну із можливих сфер реалізації проєктів для визначених завдань із реалізації оперативних цілей. У стратегії розвитку Чернігівської області не згадується власне термін «смарт-спеціалізація», однак, зазначаються галузі, які повинні стати «драйверами конкурентоспроможності» регіону.

Отже, можна стверджувати, що у стратегіях розвитку регіонів України на період 2021 – 2027 років підхід смарт-спеціалізації імплементовано у різних інтерпретаціях. Відмінності у використанні підходу в стратегічному плануванні не

заперечують факт зазначення у стратегіях галузей економіки, які будуть пріоритетними для регіонів на наступний плановий період. Аналіз регіонів за напрямками економічного та інноваційного потенціалу був проведений під егідою JRC (Об'єднаний дослідницький центр Європейської Комісії) та відповідно до методології ЄС. Це сприяло визначенню переліку видів економічної діяльності з високим економічним, інноваційним і трудовим потенціалом табл. 1.7.

Таблиця 1.7

Смарт-спеціалізації українських регіонів

Область	Напрямки смарт-спеціалізації
Вінницька	Економічного перетворення за принципом смарт-спеціалізації у сфері розвитку оздоровчого та лікувального туризму. Розвиток підприємств агропромислового комплексу та сфера ІКТ формує потенціал до економічного перетворення за принципом смарт-спеціалізації.
Волинська	За результатами аналізу економічного та інноваційного потенціалу галузей промисловості визначено 1, яка може бути визначена, як перспективна галузь регіональної смарт-спеціалізації – Виробництво меблів (КВЕД 31)
Дніпропетровська	Створення хімічного та машинобудівного кластерів
Донецька	Підтримка галузей, що мають економічний та інноваційний потенціал для розвитку (перелік уточняється)
Житомирська	Органічне рослинництво і тваринництво та виробництво органічних продуктів харчування
Закарпатська	Лісопильне та стругальне виробництво, Виробництво основної хімічної продукції, добрив і азотних сполук, пластмас і синтетичного каучуку в первинних формах, Виробництво гумових і пластмасових виробів, Виробництво абразивних виробів і неметалевих мінеральних виробів, Виробництво побутових приладів, Виробництво іншої продукції
Запорізька	Основу для смарт-спеціалізації регіону у перспективі можуть сформувати такі види економічної діяльності: виробництво ендопротезів з молібденового і титанового складів; виробництво електрообладнання (електродвигунів, генераторів, трансформаторів, електророзподільної та контрольної апаратури; виробництво проводів, кабелів і електромонтажних пристроїв); виробництво машин і устаткування для сільського та лісового господарства; виробництво двигунів та запчастин до гвинтокрилів;
Івано-Франківська	Виробництво основної хімічної продукції, добрив і азотних сполук, пластмас і синтетичного каучуку в первинних формах; виробництво гумових шин, покришок і камер; відновлення протектора гумових шин і покришок; виробництво цементу, вапна та гіпсових сумішей; виробництво абразивних виробів і неметалевих мінеральних виробів; виробництво іншої продукції первинного оброблення сталі; виробництво електродвигунів, генераторів, трансформаторів, електророзподільної та контрольної апаратури; виробництво машин і устаткування загального призначення; виробництво ігор та іграшок; забір, очищення та постачання води; перероблення та консервування риби, ракоподібних і моллюсків; виробництво інших текстильних виробів
Київська	Виробництво інноваційних харчових продуктів з вдосконаленими споживчими якостями Розроблення енергоефективних рішень на основі альтернативних джерел енергії Інноваційна продукція для будівництва, дизайну та побуту Біоактивні речовини та фармацевтика для здоров'я людини
Кіровоградська	Виробництво олії та тваринних жирів; Виробництво електричного устаткування Виробництво машин і устаткування загального призначення; Виробництво машин і устаткування для сільського та лісового господарства; Виробництво меблів; Забір, очищення та постачання води

Продовження табл. 1.7

Луганська	Розвиток інноваційних галузей економіки з високою доданою вартістю на засадах смарт спеціалізації, сприяння розвитку провідних підприємств (сфери – хімічне виробництво, біотехнології, фармація, відновлювальна енергетика та інші) та створенні нових підприємств, що орієнтуються на місцеві джерела сировини; сприянні створенню хімічного кластеру з використанням в якості сировини місцевої с/г продукції;
Львівська	1. Розвиток креативних індустрій: ІТ, дизайн і т.д. 2. Розвиток біоекономіки: деревообробна та меблева промисловість; поліграфія; харчова промисловість; органічне сільське господарство; біоенергетика; біотехнології.
Миколаївська	Сектори смарт-спеціалізації: розвиток акваіндустрії; організація дитячого харчування регіону на основі екотехнологій; розвиток туристичної сфери та рекреаційних зон Миколаївської області.
Одеська	Експортно-орієнтована харчова індустрія
Полтавська	Використання потенціалу місцевих мінеральних ресурсів, в тому числі покладів бішофіту, в промисловому та агропромисловому секторах економіки, індустрії здоров'я і краси
Рівненська	Пріоритетними напрямками економічної діяльності, яким надаватиметься всебічна підтримка, будуть високотехнологічні, експорт орієнтовані виробництва, а також підприємства з поглибленою переробкою продукції у харчовій промисловості та переробці сільськогосподарської продукції, органічному землеробстві, ягідництві та садівництві, деревообробній галузі, ІТ-секторі, а також надання транспортно-логістичних послуг
Сумська	Не зазначено конкретні галузі. В оперативних цілях до зазначеної стратегічної цілі вказано розвиток промислового та аграрного комплексу, туристична індустрія, стимулювання малого та середнього бізнесу.
Тернопільська	Галузі, визначені на засадах смарт-спеціалізації: світлотехнічна, молочна, виробництво нішевої та органічної продукції (розведення равликів)
Харківська	Смарт-спеціалізовані інноваційні кластери Харківської області, які відносяться до сфери управління центральних органів виконавчої влади: енергомашинобудування; у виробництва бронетанкової техніки; у авіаційної промисловості; у створення та виробництва нових матеріалів, Смарт-спеціалізовані інноваційні кластери Харківської області, які відносяться до сфери управління регіональних органів виконавчої влади або знаходяться у приватній власності: біофармацевтичний; інформаційні технології; креативні індустрії (окрім інформаційних технологій); агропереробні.
Херсонська	Збільшення доданої вартості агровиробництва, розвиток сільських територій; Розвиток медичного туризму
Хмельницька	Харчова промисловість, легка промисловість, машинобудування та металообробка. виробництво інших харчових продуктів; виробництво інших текстильних виробів; виробництво металевих баків, резервуарів і контейнерів; виробництво інструментів і обладнання для вимірювання, дослідження та навігації; виробництво годинників; виробництво меблів; постачання пари, гарячої води та кондиціонованого повітря.
Черкаська	1. Інноваційні Агро технології, глибока переробка сільськогосподарської продукції, висока якість продуктів харчування 2. ІТ галузь та інформаційно-комунікаційні технології.
Чернівецька	Сільське господарство, переробна промисловість та туризм.
Чернігівська	Нарощування виробництва якісної сільгоспсировини та розвиток її поглибленої переробки Розвиток «зелених» технологій та біоекономіки; Розвиток інформаційних, інформаційно комунікаційних технологій та їх впровадження у різних сферах життєдіяльності і виробництва; Сприяння розвитку інноваційно спрямованих та експортоорієнтованих галузей промисловості

Примітка: складено автором на основі джерел Міністерство розвитку громад та території 2020a; 2020b; 2020c; 2020d; 2020e; 2020f; 2020g; 2020h; 2020i; 2020j; 2020k; 2020l; 2020m; 2020n; 2020o; 2020p; 2020q; 2020r; 2020s; 2020t; 2020u; 2020v; 2020w; 2020x.

Виходячи із табл. 1.7, фіксування пріоритетних галузей в регіонах проведено по-різному. Такі області як Вінницька, Львівська, Луганська, Рівненська, Полтавська,

Херсонська, Чернівецька, Чернігівська зазначають сфери та галузі, які за проведенням дослідження мають інноваційний та економічний потенціал для розвитку в регіонах як смарт-спеціалізації. Також можемо спостерігати той факт, що певні регіони зазначили конкретні види економічної діяльності, які визначені смарт-спеціалізацією табл. 1. 8.

Таблиця 1.8

Сектори та види економічної діяльності за регіонами

Область	Сектори смарт-спеціалізації	Види економічної діяльності
Волинська	Виробництво меблів	КВЕД 31
Закарпатська	Лісопилне та стругальне виробництво	КВЕД 16,1
	Виробництво основної хімічної продукції, добрив і азотних сполук, пластмас і синтетичного каучуку в первинних формах	КВЕД 20,1
	Виробництво гумових і пластмасових виробів	КВЕД 22
	Виробництво абразивних виробів і неметалевих мінеральних виробів	КВЕД 23,9
	Виробництво побутових приладів	КВЕД 27,5
	Виробництво іншої продукції	КВЕД 32
Київська	Виробництво інноваційних харчових продуктів з вдосконаленими споживчими якостями (функціональна їжа)	КВЕД 01, КВЕД 10.1, КВЕД 10.5, КВЕД 10.7, КВЕД 10.9, КВЕД 28.3 частково, КВЕД 72.11 та 72.19
	Розроблення енергоефективних рішень на основі альтернативних джерел енергії	КВЕД 25.3, КВЕД 35, КВЕД 28.2, КВЕД 28.3, КВЕД 72.1
	Інноваційна продукція для будівництва, дизайну та побуту	КВЕД 17.2, КВЕД 23.1, КВЕД 23.6, КВЕД 25.1, КВЕД 22.2, КВЕД 20.4, КВЕД 20.5, КВЕД 25.7, КВЕД 31
Кіровоградська	Виробництво олії та тваринних жирів	КВЕД 10.4
	Виробництво електричного устаткування	КВЕД 27
	Виробництво машин і устаткування загального призначення	КВЕД 28.1
	Виробництво машин і устаткування для сільського та лісового господарства	КВЕД 28.3
	Виробництво меблів	КВЕД 31
	Забір, очищення та постачання води	КВЕД 36
Харківська	Енергомашинобудування	КВЕД 28.11, КВЕД 27.11, КВЕД 85.45
	Виробництво бронетанкової техніки	КВЕД 25.4, КВЕД 30.40, КВЕД 85.42
	Авіаційна промисловість	КВЕД 30.30, КВЕД 85.42
	Створення та виробництво нових матеріалів	КВЕД 20, КВЕД 72.19, КВЕД 85.42
	Біофармацевтика	КВЕД 21, КВЕД 72.11, КВЕД 85.42
	Інформаційні технології	КВЕД 62.01, КВЕД 85.42
	Креативні індустрії (окрім інформаційних технологій)	КВЕД 58.1, КВЕД 59, КВЕД 60, КВЕД 63, КВЕД 73, КВЕД 74, КВЕД 85.42
	Агропереробка	КВЕД 01, КВЕД 10, КВЕД 85.42

Продовження таблиці 1. 8

Миколаївська	Розвиток акваіндустрії	КВЕД 28.1, КВЕД 33.1, КВЕД 36
	Організація дитячого харчування регіону на основі еко технологій	КВЕД 10.3, КВЕД 10.5

Примітка: складено автором на основі джерел Міністерство розвитку громад та територій 2020a; 2020g; 2020k; 2020l; 2020o; 2020t.

Як бачимо з таблиці 1. 8 до таких регіонів України відносяться Волинська, Закарпатська, Київська, Кіровоградська, Миколаївська та Харківська області.

Варто зазначити, що такі області як Івано-Франківська та Хмельницька також зазначили потенційні види економічної діяльності, які можуть розвиватися в регіонах як смарт-спеціалізація, але без зазначення класифікаційних номерів.

У стратегії розвитку Дніпропетровської області вказано, що смарт-спеціалізація буде розвиватися через створення двох кластерів, що є відрізняє область від всіх інших проаналізованих регіональних стратегій.

Донецька та Сумська область не вказали конкретні галузі, які будуть розвиватися за підходом смарт-спеціалізації, але зазначили базові завдання, які повинні виконуватися в програмному періоді для підтримки таких галузей.

Окрім відмінностей, які спостерігаються у регіональних смарт-спеціалізаціях, існує ряд особливостей і у баченні подальшого впровадження даного підходу.

Таблиця 1.9

Елементи смарт-спеціалізації в стратегічному плануванні за регіонами

Область	Очікувані результати	Індикатори	Завдання	Потенційно можливі сфери реалізації	Заходи щодо виконання завдань	Відповідальні особи або структурний підрозділ	Проблеми обраного напрямку	Кількісний прогноз	Фінансовий план
Вінницька		+	+						
Волинська			+						
Дніпропетровська	+	+							
Донецька			+						
Житомирська		+	+						

Продовження табл. 1.9

Закарпатська									
Запорізька	+	+	+	+					
Івано-Франківська	+	+	+	+					
Кіровоградська	+	+	+		+				
Київська	+	+	+	+					
Львівська	+	+	+	+					
Луганська	+	+	+	+					
Миколаївська	+	+	+	+					
Одеська		+	+	+		+		+	
Полтавська	+	+	+	+					
Рівненська	+		+						
Сумська	+	+	+	+					
Тернопільська	+	+	+	+	+				+
Черкаська	+	+	+	+					
Чернівецька	+	+	+		+		+		
Чернігівська	+		+	+					
Харківська		+	+						
Херсонська	+	+	+	+					
Хмельницька	+	+	+						

Примітка: складено автором на основі джерел Міністерство розвитку громад та території 2020a; 2020b; 2020c; 2020d; 2020e; 2020f; 2020g; 2020h; 2020i; 2020j; 2020k; 2020l; 2020m; 2020n; 2020o; 2020p; 2020q; 2020r; 2020s; 2020t; 2020u; 2020v; 2020w; 2020x.

Для дослідження стратегічного планування регіонів щодо наявності стратегічного бачення впровадження підходу смарт-спеціалізації були сформовані критерії, які наявні у всіх стратегіях. За даними таблиці 1.9 можна зробити наступні висновки:

- не виявлено жодного елементу стратегічного планування впровадження смарт-спеціалізації, який був би наявний в кожному регіоні;
- найбільшу кількість збігів спостерігається критеріями «очікувані результати» – 17, «індикатори» – 19, «завдання» – 22;
- 13 із 24 аналізованих областей вказує потенційно можливі сфери реалізації визначених пріоритетних галузей;

- 3 області зазначають заходи, які будуть проведені для виконання поставлених завдань із 22, які зазначили завдання як такі у стратегічному плануванні;
- одна область – Одеська – вказала у стратегії відповідальних осіб або структурний підрозділ за впровадження смарт-спеціалізації та кількісні показники за якими здійснюватиметься майбутня оцінка ступеня виконання;
- одна область – Чернівецька – зазначила наявні проблеми, як стримуючий фактор обраних пріоритетних галузей.
- одна область – Тернопільська – представила фінансовий план для впровадження смарт-спеціалізацій регіону.

У розрізі зазначеного аналізу бачимо, що частина областей вказує вектор для планування майбутніх заходів для реалізації визначених смарт-спеціалізацій, проте спільних критеріїв для загальної оцінки в перспективі не багато.

Загалом, процес визначення пріоритетних галузей економіки в стратегічному плануванні України на регіональному рівні відбулося вперше і це перший важливий крок для подальших змін у регіональній, економічній та інноваційній політиці.

Станом на 2021 рік на державному рівні відсутні координаційні органи реалізації підходу смарт-спеціалізації. Оскільки, обраний регіональний шлях, то поки що вся відповідальність покладена на Міністерство розвитку громад та територій України. Однак, у виступах представників Міністерства економічного розвитку та торгівлі України, Міністерства розвитку громад та територій України зазначається про необхідність створення окремої структури із представників основних дотичних органів центральної влади для координації смарт-спеціалізації на національному рівні. На рис. 1. 5 показано бачення процесу координації смарт-спеціалізації в Україні. Враховуючи те, що стратегії регіонального розвитку вже є закріпленими, то є незаперечним факт, що початкові Регіональні команди щодо смарт-спеціалізації вже є сформованими.

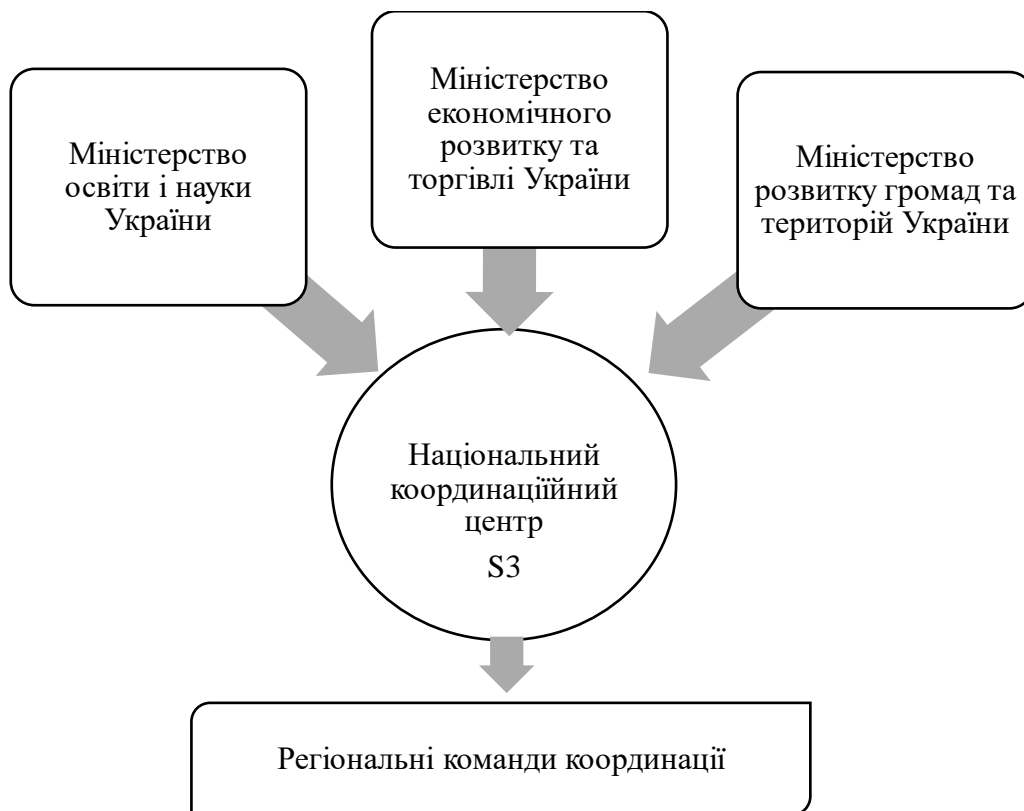


Рисунок 1.5. Формування органів державного управління та місцевого самоврядування смарт-спеціалізаціями

Примітка: створена автором за джерелами Міністерство економіки України, 2020; Ukraine crisis media center, 2020.

Реалізація підходу смарт-спеціалізації в країнах ЄС здійснюється за допомогою фінансової підтримки від європейських фондів: Європейський фонд регіонального розвитку (ERDF), Фонд згуртування (CF) та Європейський соціальний фонд (ESF) (Smart Specialisation Platform, 2020a). На електронній платформі S3 (Smart Specialisation Platform, 2020b) зазначено, що основним інструментом впровадження смарт-спеціалізації в Україні буде Державний фонд регіонального розвитку.

Якщо для Європейського Союзу, впровадження концепції смарт-спеціалізації пов'язане із відставанням у технологічному розвитку від високорозвинених країн, то в Україні ключовими проблемами є відірваність української науки від підприємницького процесу і як наслідок низький відсоток рівня інноваційності

національних підприємств. Узагальнюючи, можна виділити ряд переваг застосування концепції смарт-спеціалізації для України зазначено на рис. 1.6.

Налагодження багатосторонньої співпраці для спільної мети

- Співпраця влади, академічного середовища та бізнесу для реалізації відбуватиметься чи не вперше через відсутність культури комунікації. Підхід є вигідним для кожного елемента співпраці, що в результаті призведе до синергічного ефекту через побудову спільного бачення економічного, інноваційного та наукового потенціалу регіону

Зміна ролі вітчизняної науки у економічному розвитку

- Вітчизняна наука має високий кадровий потенціал, але в країні відсутня тенденція використання наукового потенціалу в підприємницьких цілях. Узгодження наукового потенціалу відповідно до ринкових потреб

Визначення унікальності та ідентичності

- Конкурентні переваги регіонів повинні базуватися на місцевих особливостях кожної окремої території

Фокусування на пріоритетних видах економічної діяльності

- Смарт-спеціалізація дозволяє виокремити види економічної діяльності, які розвиваються швидкими темпами і містять інноваційну складову та які притаманні лише певній території

Підприємницька модернізація на інноваціях

- Модернізація підприємств з використанням інноваційних рішень від вітчизняного наукового середовища

Рисунок. 1.6. Переваги застосування концепції смарт-спеціалізації для України на засадах взаємодії стейкхолдерів та побудови міцного громадянського суспільства
Примітка: Сформовано автором

Загалом смарт-спеціалізація повинна стати моделлю для формування соціально-економічної політики на рівні держави. Оскільки, має на меті виокремлення та підтримку розвитку унікальних видів економічної діяльності, які

надалі мають оновити спеціалізацію кожного регіону в національній економічній системі. Це перспектива довгострокових структурних змін в регіональній економіці, що в майбутньому дозволить регіонам бути конкурентоспроможними на глобальних ринках, а також сприяти крос-секторальній співпраці.

1.3. Механізми публічного управління здійснення інноваційної політики на регіональному рівні

Інноваційний розвиток регіонів є одним із рівнів інноваційного розвитку держави. Державне управління інноваційним розвитком полягає у координації роботи ланок механізму, який продукує конкурентоспроможну високотехнологічну інноваційну продукцію. Результатами дієвого механізму стає економічне піднесення та ринкова конкурентоспроможність вітчизняного інноваційного продукту. Створення механізму інноваційного розвитку шляхом державного управління здійснюється через державну інноваційну політику.

Під поняттям «інноваційна політика» розуміють комплекс заходів та принципів щодо планування, розробки, стимулювання, регулювання та контролю процесів інноваційної діяльності (Гевко, 2020; Гусев, 2011).

Під державною інноваційною політикою слід розуміти створення умов органами державної влади для найкращого розвитку інноваційної діяльності суб'єктів господарювання, підвищення конкурентоспроможності національної наукоємної продукції, розроблення й удосконалення нормативно-правової бази й розвиток інноваційного середовища (Лебедева, 2014).

Смарт-спеціалізація регіону – концепція та політика інноваційного регіонального розвитку Євросоюзу, яка сприяє економічному зростанню в регіонах через краще розкриття його потенціалу (Industry4ukraine, 2020a).

Зважаючи на те, що для впровадження смарт-спеціалізації в Україні поняття «регіон» визначається територіальним підходом, а саме регіон – область, тому для дослідження регіональних механізмів інноваційного розвитку обираємо аналогічний.

Дослідженню регіонального розвитку присвячені наукові праці Бурик З. М. (2020), Долішнього М. І. (2019), Давимуки С. А. та Федулової Л. І. (2017), Куйбіди В. С. (2019), Петровський П. М. (2016) та Шульц С. Л. (2018). Серед іноземних авторів, слід відзначити праці М. Андерсона, П. Друкера, М. Портера, Р. Фостера, І. Шумпетера.

Інноваційна політика передбачає інноваційний шлях розвитку, що своєю чергою спонукає застосовувати нові підходи до її реалізації. В сучасних наукових працях, зокрема дослідники Вилгін А. Є (2011), Гладинець Н. Ю. (2010), Лебедева Л. В. (2014), Моргачов І. В. (2011) виділяють наступні методичні підходи до формування регіональної інноваційної політики:

- процесний – фокусування на науково-інноваційному процесі;
- інституційно-еволюційний – інтеграція інновацій, управління та культури в окремих інституційних формах;
- ринковий – розвиток підприємництва;
- консолідуючий – посилення державного та регіонального управління з регулюванням науково-інноваційного та виробничих процесів.
- синергетичний – «м'яке» управління інноваційним розвитком;
- співробітницький – в основі взаємодія всіх учасників інноваційного процесу;
- децентралізований – врахування потреб та специфіки відповідних регіонів;
- концептуальний – пріоритетність науково-технологічного розвитку в економічному потенціалі.

Досліджуючи регіон як об'єкт управління інноваційним розвитком у період децентралізації, тобто при формуванні нової парадигми адміністративно-територіального устрою, регіони доцільно розглядати як об'єднання нових адміністративних одиниць – територіальних громад, які на цей момент знаходяться на другому етапі реформи. В контексті інноваційного розвитку регіонів з використанням інструменту смарт-спеціалізації, регіон варто також розглядати як ланку у створенні, виробництві та впровадженні в пріоритетних галузях інновацій, так і визначати динаміку інноваційного розвитку, а також і міжнародні напрямки спеціалізації для співпраці.

Регіональну інноваційну політику розглядають в двох аспектах: як таку що здійснюють органи державної влади стосовно інноваційного розвитку регіонів і як діяльність органів регіонального управління для вирішення завдань інноваційного розвитку регіонів.

Як зазначає Луцків О. М. основна мета регіональної інноваційної політики полягає у створенні на території регіону сприятливого інноваційного середовища для успішного здійснення процесу отримання, накопичення, збагачення наукових знань і ефективного їх перетворення в технологію та продукцію, впровадження цих продуктів у важливі галузі економіки та соціальну сферу та в кінцевому результаті забезпечення підвищення конкурентоспроможності економіки регіону загалом (Луцків, 2015).

Інноваційний розвиток регіону з використанням смарт-спеціалізації пов'язаний із розробкою стратегії впровадження даного підходу, формуванням збалансованого набору політик, сприяння створенню розгалуженої інноваційної інфраструктури, тому доцільно дослідити теперішні основні характеристики механізму регіональної інноваційної політики. Це дає змогу обґрунтувати концепцію смарт-спеціалізації через призму попередніх теоретичних базисів здійснення регіональної політики інноваційного розвитку.

Таблиця 1.10

Узагальнююча матриця сутності та основних характеристик механізму інноваційної політики

Ознака	Характеристика	
Підходи	<ul style="list-style-type: none"> ▪ процесний ▪ інституційно-еволюційний ▪ синергетичний ▪ концептуальний 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ринковий ▪ консолідуєчий ▪ співробітництво ▪ децентралізований
Аспекти	Як управління органами державної влади розвитком регіонів	Як діяльність органів регіонального управління для вирішення завдань розвитку регіону
Мета	Створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного відтворення, розвитку й використання науково-технічного потенціалу країни, забезпечення впровадження сучасних екологічно чистих, безпечних, енерго- та ресурсощадних технологій, виробництва та реалізації нових видів конкурентоздатної продукції	Створення в регіоні умов для процесу отримання, накопичення, збагачення наукових знань та перетворення їх в технології чи продукти
Об'єкти	<ul style="list-style-type: none"> ○ Інноваційний потенціал держави ○ Інноваційна система держави ○ Інноваційні процеси 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Інноваційний потенціал регіону ○ Інноваційна система регіону ○ Інноваційні процеси
Суб'єкти	<ul style="list-style-type: none"> • Центральні та регіональні органи влади • Державні організації • Державні структури, які стимулюють інноваційні процеси 	<ul style="list-style-type: none"> • Регіональні органи влади • Регіональні представництва державних органів • Регіональні структури інноваційного процесу • Установи, організації, громадяни, які виступають учасниками інноваційних відносин
Завдання	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Створення умов для підвищення інноваційного потенціалу держави ✓ Використання інноваційного потенціалу в соціально-економічному прогресі ✓ Підвищення конкурентоспроможності регіонів ✓ Формування сприятливого інноваційного клімату в державі 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Пошук та мобілізація інноваційного потенціалу ✓ Створення організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку ✓ Підтримка наукових досліджень в регіональних пріоритетних напрямках розвитку науки

Примітка: сформовано автором на основі джерел Верховна Рада України, 2002; Гусєв, 2011; Дегтярова, 2011; Довба, 2018; Лебедева, 2014; Моргачов, 2011; Узунов, 2013.

Смарт-спеціалізація однозначно є інструментом, який притаманний другому аспекту регіональної інноваційної політики. Оскільки, на органи регіональної влади було покладено завдання визначити напрямки подальшого інноваційного та соціально-економічного розвитку регіону, враховуючи його унікальність та

особливості. На регіональний рівень публічного управління покладено завдання щодо ефективного впровадження запропонованої концепції. Саме регіональна влада повинна стати ініціатором взаємодії між ключовими учасниками процесу через виконання окреслених завдань у табл. 1. 10.

Смарт-спеціалізація забезпечує формування та реалізацію регіональної інноваційної політики із врахуванням особливостей кожного регіону, його індивідуальних переваг, економічної специфіки та зміні галузевої спеціалізації економіки на пріоритетні інноваційні ніші (Шашина, Солосіч, Місяйло та Очеретяна, 2021).

Обмеженість ресурсів – причина вибору пріоритетних напрямків для регіонів за допомогою смарт-спеціалізації, які держава зможе підтримати. Смарт-спеціалізація узгоджує напрямки та рівні інноваційної активності, що сприятиме соціально-економічному розвитку і формуванню конкурентних переваг кожного регіону в довгостроковій перспективі.

Завдяки смарт-спеціалізації повинна з'явитися гнучкість інноваційних цінностей регіону. Визначення регіонами смарт-спеціалізацій сформувало основу для розробки та впровадження нової, вузькоспеціалізованої регіональної інноваційної політики (Український інститут міжнародної політики, 2019).

Розглянемо механізм регіональної інноваційної політики детальніше через призму впровадження підходу смарт-спеціалізації. Беручи в основу дослідження механізму реалізації інноваційної політики у регіоні Гладинець Н. Ю. (2010), визначимо цілі, функції, методи, важелі управління, об'єкти та суб'єкти, які необхідні для реалізації концепції смарт-спеціалізації. Оскільки, смарт-спеціалізація присутня у стратегічному плануванні регіонів, то відповідно для її впровадження в регіоні повинні визначатися проміжні та тактичні цілі. До функцій органів регіонального управління, на яких покладена відповідальність за реалізацію підходу смарт-спеціалізації належать класичні функції регіонального управління: планування, організація, регулювання, координація, мотивація, аналіз, контроль. На даному етапі

впровадження доцільно зазначити, що виконується функція планування та частково організації і аналізу (в процесі визначення смарт-спеціалізацій). Виконання наступних функцій повинне відбуватися в процесі розвитку смарт-спеціалізації. До методів управління, які можуть використовуватися для смарт-спеціалізацій органами регіонального управління належать адміністративні та економічні. До важелів управління, які можуть використовувати органи регіонального управління смарт-спеціалізацією відносимо стимулюючі (спонукання суб'єктів) та організуючі (забезпечення співпраці). Об'єктами регіонального управління в підході смарт-спеціалізації виступають суспільні явища, на які спрямована діяльність суб'єктів (основні суб'єкти та створені ними установи, організації, інститути тощо), тобто інноваційні процеси, які існують у регіональному розрізі рис. 1.7.

Механізм регіонального управління смарт-спеціалізацією – це сукупність методів, форм та важелів управління інноваційним регіональним розвитком, завданнями яких є активізація сфокусованої інноваційної діяльності, що сприятиме раціональному використанню ресурсів за пріоритетними напрямками.

З огляду на змінні процеси реформування, які на цей час тривають в Україні, смарт-спеціалізація виступає двофакторним інструментом, який поєднує елементи ринкової конкуренції та регіонального управління (Сторонянська, 2020). Це стає передумовою ефективності регіональної інноваційної політики. Запровадження смарт-спеціалізації у регіонах передбачає трансформацію форм участі державних та регіональних органів влади в управлінні економічними та інноваційними процесами. Концепція передбачає поєднання адміністративних та економічних методів управління розвитком регіону.

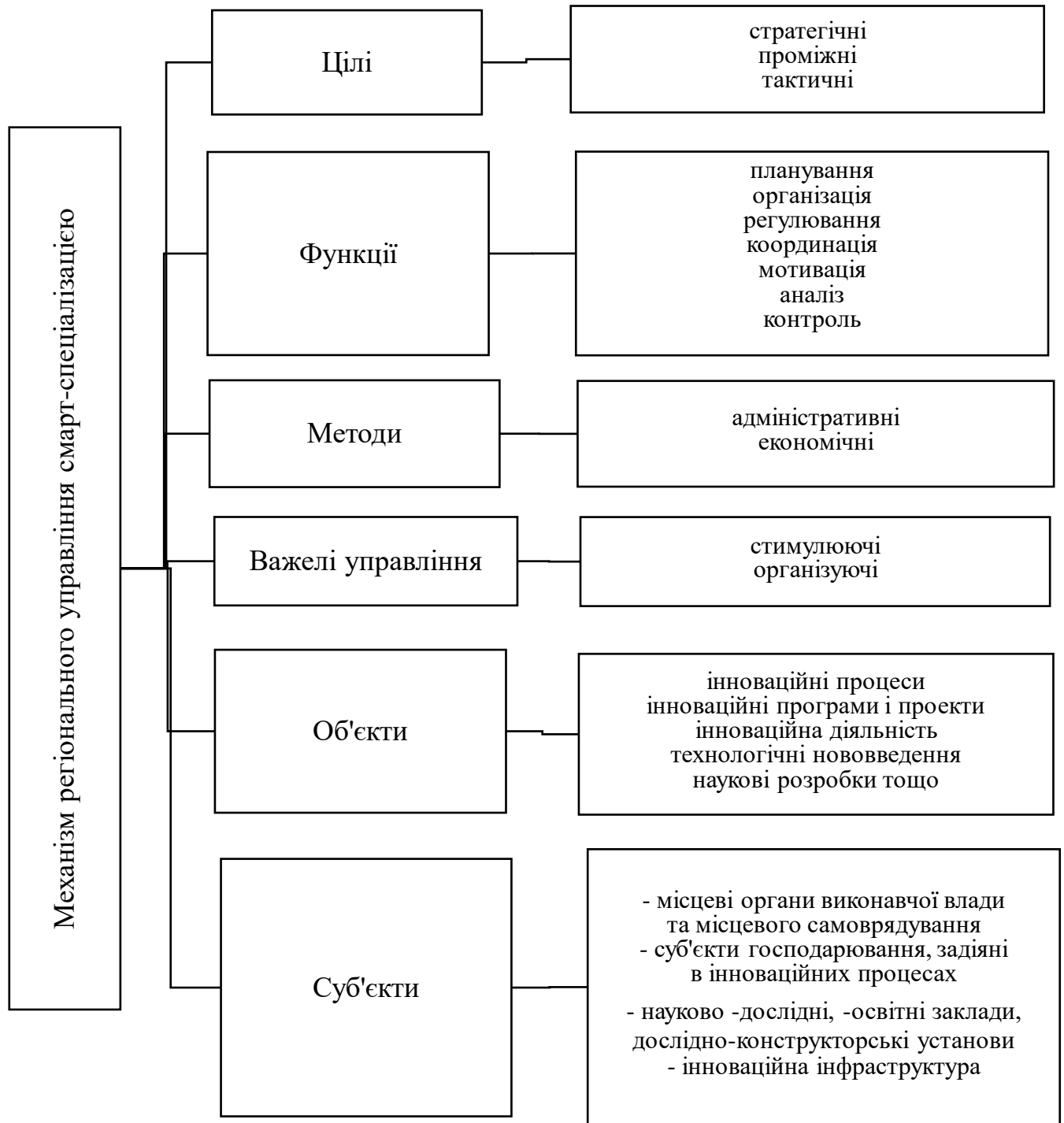


Рисунок. 1.7. Механізм регіональної інноваційної розвитку через призму смарт-спеціалізації

Примітка: удосконалено автором на основі джерела Гладинець, 2010.

В основу класифікації механізмів реалізації стратегії смарт-спеціалізації використаємо результати аналізу наукових публікацій щодо класифікацій механізмів інноваційного (Князевич, 2015; Лещук та Патицька, 2020) та економічного розвитку за каналами впливу (Дунаєв, 2017а, б; Кузнецова, Каспрук та Кузнєцов, 2013; Плаксюк, Павловська та Руденко, 2019), зокрема таких напрямків як підприємництво та бізнес.

Канали впливу демонструють найбільше охоплення напрямків для формування механізмів впровадження регіональних смарт-спеціалізацій. Через визначені канали впливу ми маємо можливість окреслювати способи та форми розвитку взаємодії між ключовими суб'єктами регіональної смарт-спеціалізації.

Враховуючи основних суб'єктів концепції смарт-спеціалізації та особливості її впровадження, а також окресленого механізму на рис. 1.7, виділимо наступні види механізмів за каналами впливу, які на нашу думку необхідно розробляти на регіональному рівні:

- адміністративно-правові;
- фінансово-економічні;
- інформаційно-комунікаційні;
- інституційно-організаційні;
- аналітичні рис. 1.7.

Суб'єктивно можна стверджувати, що запропоновані механізми за каналами впливу формують основні напрямки стимулювання взаємодії між суб'єктами смарт-спеціалізації та забезпечуватиме виконання таких принципів як відкритість, координація, паритетність та доповнюваність, як основних принципів даної концепції.

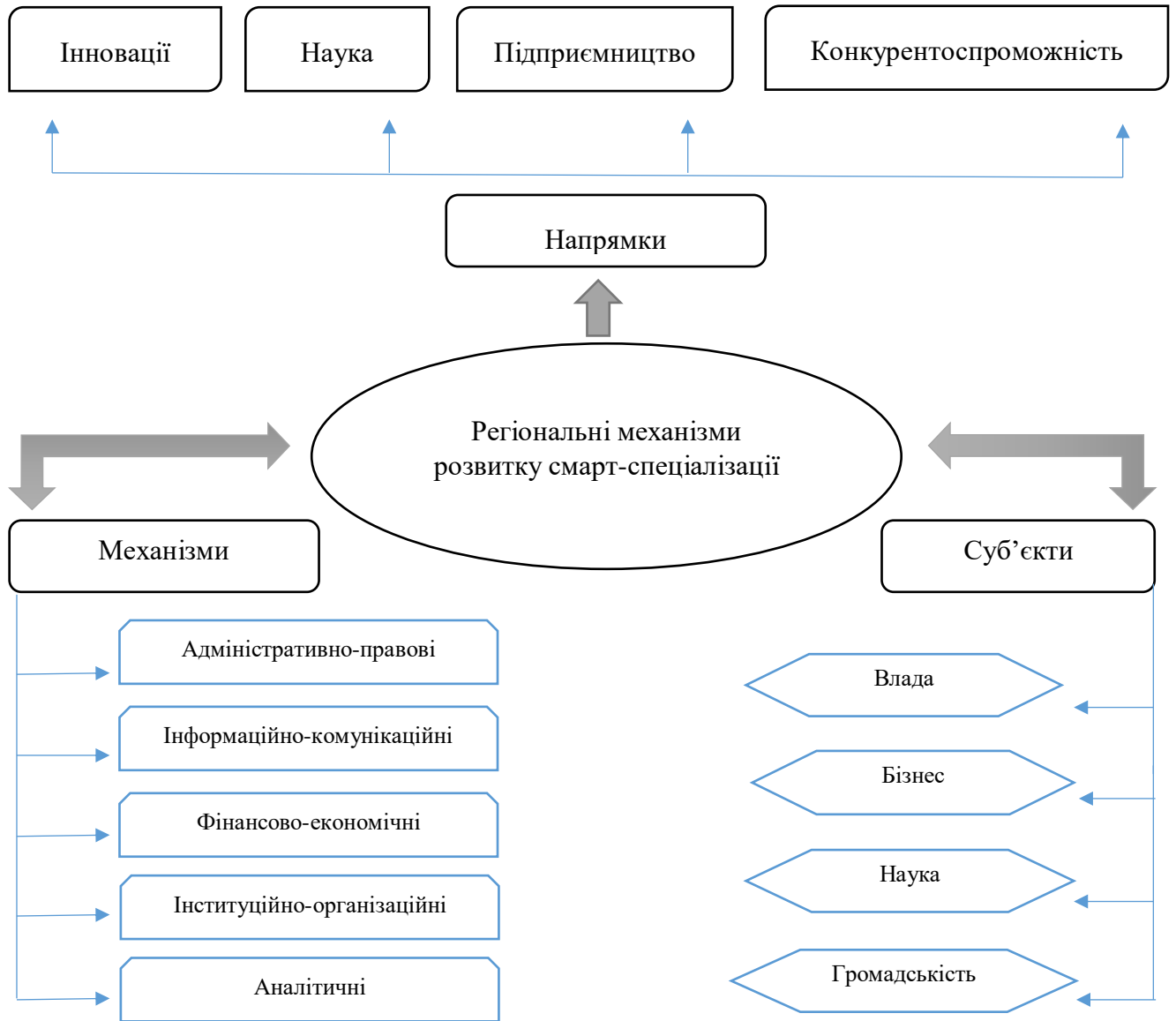


Рис. 1.7. Функціонування регіональних механізмів розвитку смарт-спеціалізації

Примітка: узагальнено автором

Під адміністративно-правовим механізмом управління розуміємо наявність регіонального органу, який би здійснював регуляторну, координуючу та контролюючу функцію для впровадження смарт-спеціалізацій. Здійснення регуляторної функції можливе через стимулювання інноваційної діяльності. Координація полягає у забезпеченні взаємодії суб'єктів смарт-спеціалізації.

Контролююча функція виконується через встановлення чітких цілей та контролю за їхнім досягненням.

Фінансово-економічний механізм полягає у зображенні засобів мотивації до співпраці суб'єктів смарт-спеціалізації. В процесі децентралізації публічної влади, регіони мають можливість розробляти програмні, конкурсні механізми стимулювання інноваційного розвитку в ключі смарт-спеціалізації.

Інформаційно-комунікаційний механізм націлений на формування та підтримку інформаційних ресурсів для співпраці груп суб'єктів смарт-спеціалізації. Тут є важливим створення комунікаційних майданчиків і відповідного експертного кола із пріоритетних напрямків. Дієвість комунікацій у процесі співробітництва суб'єктів смарт-спеціалізації можливе за наявності визначеної інформаційної системи. Інформаційна система в першу чергу повинна створювати умови для отримання актуальної інформації в межах процесу інноваційної діяльності (Давимука та Федулова, 2017).

Інституційно-організаційний механізм має на меті сприяння в процесі впровадження концепції смарт-спеціалізації розбудові профільних інфраструктурних об'єктів, відповідних регіональних органів.

Аналітичний механізм повинен відповідати за статистичні показники діяльності всіх учасників впровадження концепції смарт-спеціалізації для можливості аналізу результатів та на основі отриманих даних визначати ефективність.

Регіональний рівень управління смарт-спеціалізацією повинен фокусуватися на управлінні інноваційними процесами. Пріоритетна підтримка повинна бути націленою на підприємства, що мають власну базу для дослідно-експериментальних та науково-технічних досліджень або ж на цей час тісно співпрацюють із науково-дослідними установами. Це сприятиме ефективності використання співробітництва для досягнення цілей розвитку регіону.

Смарт-спеціалізація є інструментом зміни регіональної політики щодо визначення пріоритетних галузей економічного та інноваційного розвитку території.

Розробка механізмів для впровадження підходу смарт-спеціалізації на регіональному рівні братиме за основу для удосконалення наявних механізмів здійснення регіональної, економічної, інноваційної та освітньої політики, як основних напрямків, яких стосується даний підхід та формуватиме нову – інноваційну економіку. Регіональна інноваційна політика в умовах нової, інноваційної, економіки має визначати основні цілі регіонального розвитку через інновації, шляхи та механізми активізації всіх суб'єктів-учасників інноваційного процесу в регіональних межах.

Висновки за розділом 1

За результатами проведеного аналізу у першому розділі дисертаційного дослідження, можна зробити наступні висновки:

Доведено актуальність дослідження сфери креативних індустрій в галузі публічного управління. Визначено поняття «креативні індустрії» за різними суб'єктами публічного права, а також класифікацію груп креативних індустрій. Окреслено причини виникнення креативних індустрій як нової економічної сфери. Здійснено порівняльний аналіз визначення терміну «креативні індустрії» згідно з українським законодавством та суб'єктів публічного права таких як ЮНЕСКО, ЮНКТАД, ВОІВВ. Зазначено спільні та відмінні риси. Встановлено відповідність між видами економічної діяльності, які затверджені Кабінетом Міністрів України та напрямками креативних індустрій, які окреслюються суб'єктами державного управління в нашій державі. Відповідно до видів економічної діяльності, які відносять до креативних індустрій, визначено сфери в яких виникають та реалізуються креативні підходи. Обумовлено креативні індустрії, які не підлягають чинній класифікації видів економічної діяльності та запропоновано додати такий напрямок як «креативна освіта» для групування видів економічної діяльності та подальшого дослідження.

Розглянуто етапи формування підходу смарт-спеціалізації в країнах Європейського Союзу, зміст даного підходу, його переваги та відмінності від попередньої методики здійснення регіональної, економічної та інноваційної політики. Визначено хронологічну послідовність імплементації даного підходу до адаптованої нової регіональної політики в Україні. Вперше здійснено аналіз стратегічного планування через призму публічного управління за регіонами України щодо використання підходу смарт-спеціалізації у новому програмному періоді 2021 – 2027 років. Виділено недоліки, які існують у зазначенні визначених смарт-спеціалізацій регіонів в регіональних стратегіях.

У ході вивчення теоретичних аспектів механізмів публічного управління здійснення інноваційної політики було виділено відмінності поняття «інноваційної політики» на регіональному та державному рівнях, а також описано два основних підходи до здійснення регіональної інноваційної політики. Сформовано матрицю основних характеристик механізму інноваційної політики. Встановлено та обґрунтовано приналежність підходу концепції смарт-спеціалізації до одного з підходів до здійснення регіональної інноваційної політики. Згенеровано механізми, які можуть бути використані для впровадження підходу смарт-спеціалізації на основі наявних механізмів регіонального інноваційного розвитку. Зокрема, виділено основні механізми за каналами впливу, які необхідні на регіональному рівні для вдалого впровадження підходу смарт-спеціалізації. Розглянуто основні напрямки для роботи запропонованих механізмів.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЄЮ «КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ»: ДЕРЖАВНИЙ ТА РЕГІОНАЛЬНИЙ РІВЕНЬ

2.1. Тренди та динаміка розвитку креативних індустрій в Україні

Креативні індустрії – динамічний та водночас складний сектор економіки для об’єктивного обрахунку економічних показників. Визначення на законодавчому рівні креативних індустрій за видами економічної діяльності дозволяє провести аналіз поточного стану даного сектору економіки на основі щорічних показників за даними Державної служби статистики.

У статистичному огляді «Основні економічні показники креативних індустрій в Україні» оприлюдненим Міністерством культури та інформаційної політики України (Міністерство культури та інформаційної політики України, 2021) вказано, що КВЕД не завжди можна згрупувати у 12 секторів креативних індустрій, оскільки рівень деталізації КВЕД не дає змогу охопити і врахувати секторальну специфіку. Це також було обґрунтовано нами у пункті 1.1. Тому значна частка секторів креативних індустрій в Україні не матиме актуальних та реальних показників розвитку. Це стосується таких напрямків як народні художні промисли, мода, музична індустрія, візуальне мистецтво. Для нашого дослідження ми також беремо у фокус 34 види економічної діяльності, що належать до креативних індустрій відповідно до розпорядження Кабінету Міністрів України і безпосередньо стосуються створення креативного продукту, а також запропонований нами розподіл цих видів економічної діяльності за секторами у табл. 1.3. з додаванням «креативної освіти» як окремого сектору для аналізу. Представники публічного управління розділяють у класифікації 12 секторів «дизайн» та «мода» на два окремі сектори, однак для аналізу за видами економічної діяльності сектор ми об’єднали їх в одну групу через відсутність в класифікаторі відповідників.

Аналіз здійснюється на основі таких показників як кількість суб'єктів господарювання, обсяг виготовленої продукції, обсяг доданої вартості та кількості зайнятого населення. Дані Державної служби статистики за визначеними 34-ма видами економічної діяльності, які належать до креативних індустрій оприлюднені з 2013 по 2019 роки.

Кількість суб'єктів господарювання в Україні за видами економічної діяльності, які відносять до креативних індустрій, представлена на рис. 2. 1.



Рисунок. 2.1 Кількість суб'єктів господарювання у креативних індустріях

Примітка: сформовано автором на основі джерел Державна служба статистики, 2021с; Додаток А.

В період з 2013 по 2019 рік кількість суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності, які належать до креативних індустрій, має позитивну динаміку і збільшилася більше ніж вдвічі. У відсотковому співвідношенні кількість суб'єктів, які належать до креативних індустрій до загальної кількості суб'єктів господарювання в Україні збільшилася із 5,6 % у 2013 році до 10,6 % у 2019 році.

На основі табл. 1.3. пункту 1.1 та даних додатку А зведені показники кількості суб'єктів господарювання відповідно визначених секторів подані у табл. 2.1

Таблиця 2.1

Кількість суб'єктів господарювання у креативних індустріях в період з 2013 по 2019 роки

Напрямок креативних індустрій	Код	Вид економічної діяльності	Кількість суб'єктів	Кількість суб'єктів за напрямком
Народні художні промисли	32.12	Виробництво ювелірних і подібних виробів	7768	8875
	32.13	Виробництво біжутерії та подібних виробів	939	
	32.20	Виробництво музичних інструментів	168	
Література, видавнича діяльність та друковані засоби масової інформації	58.11	Видання книг	7726	34137
	58.13	Видання газет	8461	
	58.14	Видання журналів і періодичних видань	7745	
	58.19	Інші види видавничої діяльності	10205	
Аудіальне мистецтво	59.20	Видання звукозаписів	1470	4192
	60.10	Діяльність у сфері радіомовлення	2722	
Аудіовізуальне мистецтво	59.11	Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	14891	26200
	59.12	Компонування кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	1322	
	59.13	Розповсюдження кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	1075	
	59.14	Демонстрація кінофільмів	3175	
	60.20	Діяльність у сфері телевізійного мовлення	5737	
Нові медіа та інформаційно-комунікаційні технології	58.21	Видання комп'ютерних ігор	4505	689591
	58.29	Видання іншого програмного забезпечення	19889	
	62.01	Комп'ютерне програмування	511447	
	62.02	Консультації з питань інформатизації	149374	
	63.91	Діяльність інформаційних агентств	4376	
Архітектура й урбаністика	71.11	Діяльність у сфері архітектури	33292	33292
Реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю та інші креативні послуги	70.21	Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю	5295	89882
	73.11	Рекламні агентства	73252	
	73.12	Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації	11335	
Дизайн / мода	74.10	Спеціалізована діяльність із дизайну	30312	30312
Візуальне мистецтво	74.20	Діяльність у сфері фотографії	34394	34394
Креативна освіта	72.20	Дослідження і експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук	4521	35420
	74.30	Надання послуг перекладу	22378	
	85.52	Освіта у сфері культури	8521	
Сценічне мистецтво	90.01	Театральна та концертна діяльність	9684	23655
	90.02	Діяльність щодо підтримання театральних і концертних заходів	3276	
	90.03	Індивідуальна мистецька діяльність	10214	
	90.04	Функціонування театральних і концертних залів	481	
Бібліотеки, архіви та музеї	91.01	Функціонування бібліотек і архівів	1401	1676
	91.02	Функціонування музеїв	275	

Примітка: сформовано автором на основі джерел Державна служба статистики, 2021с; Додаток А

Загальна кількість суб'єктів господарювання в креативних індустріях за групами показує, що найбільш місткою групою є «Нові медіа та інформаційно-комунікаційні технології» на які припадає близько 54% від загальної кількості суб'єктів рис. 2.2.



Рисунок 2.2 Розподіл суб'єктів господарювання в креативних індустріях

Примітка: сформовано автором на основі джерел Державна служба статистики, 2021с; Додаток А

Бібліотеки, архіви, музеї, народні художні промисли, аудіальне мистецтво – найменш місткі напрямки суб'єктів креативних індустрій. Однак, якщо розглянути динаміку кількості суб'єктів господарювання за окремими видами економічної діяльності в креативних індустріях з 2013 по 2019 рік відповідно до напрямків креативних індустрій зазначених на Урядовому порталі, то діяльність бібліотек, архівів та музеїв мають стабільну кількість суб'єктів господарювання за вказаний період. Народні художні промисли та аудіальне мистецтво мають тенденцію зменшення кількості суб'єктів господарювання з 2013 по 2019 рік. табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Зміни у кількісних показниках суб'єктів господарювання креативних індустрій

Тенденція	Напрямок креативних індустрій	Код	Вид економічної діяльності
Зменшення	Народні художні промисли	32.12	Виробництво ювелірних і подібних виробів
		32.20	Виробництво музичних інструментів
	Література, видавнича діяльність та друковані засоби масової інформації	58.11	Видання книг
		58.13	Видання газет
		58.14	Видання журналів і періодичних видань
		58.19	Інші види видавничої діяльності
	Аудіальне мистецтво	60.10	Діяльність у сфері радіомовлення
	Аудіовізуальне мистецтво	59.13	Розповсюдження кіно- та відеофільмів, телевізійних програм
		59.14	Демонстрація кінофільмів
		60.20	Діяльність у сфері телевізійного мовлення
Реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю та інші креативні послуги	73.12	Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації	
Стабільні	Народні художні промисли	32.13	Виробництво біжутерії та подібних виробів
	Візуальне мистецтво	74.20	Діяльність у сфері фотографії
	Сценічне мистецтво	90.04	Функціонування театральних і концертних залів
	Бібліотеки, архіви та музеї	91.01	Функціонування бібліотек і архівів
		91.02	Функціонування музеїв
Збільшення	Аудіовізуальне мистецтво	59.11	Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм
		59.12	Компонування кіно- та відеофільмів, телевізійних програм
	Аудіальне мистецтво	59.20	Видання звукозаписів
	Нові медіа та інформаційно-комунікаційні технології	58.21	Видання комп'ютерних ігор
		58.29	Видання іншого програмного забезпечення
		62.01	Комп'ютерне програмування
		62.02	Консультавання з питань інформатизації
		63.91	Діяльність інформаційних агентств
	Реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю та інші креативні послуги	70.21	Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю
		73.11	Рекламні агентства
	Архітектура й урбаністика	71.11	Діяльність у сфері архітектури
	Дизайн / мода	74.10	Спеціалізована діяльність із дизайну
	Креативна освіта	72.20	Дослідження і експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук
		74.30	Надання послуг перекладу
		85.52	Освіта у сфері культури
	Сценічне мистецтво	90.01	Театральна та концертна діяльність
		90.02	Діяльність щодо підтримання театральних і концертних заходів
90.03		Індивідуальна мистецька діяльність	

Примітка: сформовано автором

Обсяг виготовленої продукції суб'єктами господарювання за видами економічної діяльності креативних індустрій наведений у додатку Б та зображено на рис. 2.3.

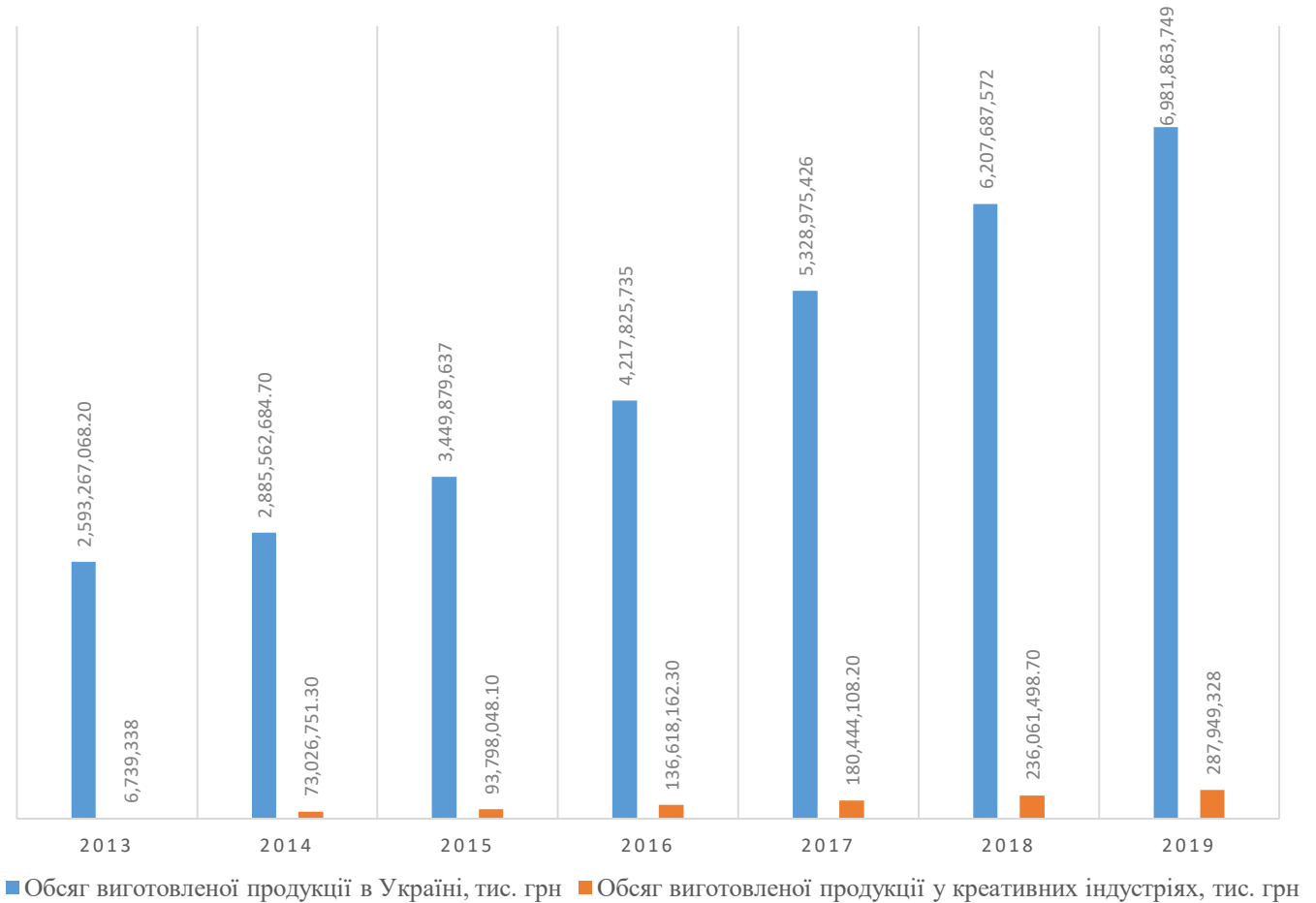


Рисунок 2.3 Динаміка обсягів виготовленої продукції суб'єктами господарювання

Примітка: сформовано автором на основі джерел Державна служба статистики, 2021d; Додаток Б

В період з 2013 по 2019 обсяг виготовленої продукції суб'єктами господарської діяльності у грошовому еквіваленті рік демонструє позитивну динаміку. Темп приросту (Лучко, Жукевич та Фаріон, 2016) грошового еквівалента обсягу виготовленої продукції суб'єктами господарювання в Україні складає 169, 23 % за аналізований період.

$$t_{\text{пр}} = \frac{y_1 - y_0}{y_0} * 100\% = \frac{6\,981\,863\,749 - 2\,593\,267\,068,2}{2\,593\,267\,068,2} * 100\% = 169,23\% \quad (2.1)$$

Темп приросту обсягів виготовленої продукції суб'єктами господарювання креативних індустрій становить 4 172, 66% за аналізований період.

$$t_{\text{пр}} = \frac{y_1 - y_0}{y_0} * 100\% = \frac{287\,949\,328 - 6\,739\,338}{6\,739\,338} * 100\% = 4\,172,66\% \quad (2.2)$$

Темпи приросту демонструють, що суб'єкти господарювання креативних індустрій мають значно вищий темп розвитку відносно загального показника темпу приросту суб'єктів господарської діяльності України. Розріз видів економічної діяльності та показників обсягу виготовленої продукції представлений у табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Обсяг виготовленої продукції суб'єктами господарської діяльності креативних індустрій в період з 2013 по 2019 рік

Напрямок креативних індустрій	Код	Вид економічної діяльності	Обсяг виготовленої продукції	Обсяг виготовленої продукції за напрямком
Народні художні промисли	32.12	Виробництво ювелірних і подібних виробів	4 760 812	5 085 754,2
	32.13	Виробництво біжутерії та подібних виробів	233 457,3	
	32.20	Виробництво музичних інструментів	91 484,9*	
Література, видавнича діяльність та друковані засоби масової інформації	58.11	Видання книг	11 729 727	43 530 738
	58.13	Видання газет	9 988 038	
	58.14	Видання журналів і періодичних видань	11 279 704	
	58.19	Інші види видавничої діяльності	10 533 269	
Аудіальне мистецтво	59.20	Видання звукозаписів	997 317	3 565 655
	60.10	Діяльність у сфері радіомовлення	2 568 338	
Аудіовізуальне мистецтво	59.11	Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	28 959 878	119 619 947
	59.12	Компонування кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	1 299 252	
	59.13	Розповсюдження кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	8 098 786	
	59.14	Демонстрація кінофільмів	13 757 290	
	60.20	Діяльність у сфері телевізійного мовлення	67 504 741	

Продовження таблиці 2. 3

Нові медіа та інформаційно-комунікаційні технології	58.21	Видання комп'ютерних ігор	3 412 434	604 684 146
	58.29	Видання іншого програмного забезпечення	17 324 508	
	62.01	Комп'ютерне програмування	464 423 422, 3	
	62.02	Консультавання з питань інформатизації	117 740 141,1	
	63.91	Діяльність інформаційних агентств	1 783 641	
Архітектура й урбаністика	71.11	Діяльність у сфері архітектури	32 312 669	32 312 669
Реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю та інші креативні послуги	70.21	Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю	3 927 024	222 873 005
	73.11	Рекламні агентства	162 186 062, 1	
	73.12	Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації	56 759 919	
Дизайн / мода	74.10	Спеціалізована діяльність із дизайну	10 977 478	10 977 478
Візуальне мистецтво	74.20	Діяльність у сфері фотографії	5 158 654	5 158 654
Креативна освіта	72.20	Дослідження і експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук	4 342 253	12 568 090,3
	74.30	Надання послуг перекладу	7 380 928	
	85.52	Освіта у сфері культури	844 909,3*	
Сценічне мистецтво	90.01	Театральна та концертна діяльність	7 409 234	13 895 766
	90.02	Діяльність щодо підтримання театральних і концертних заходів	2 983 366	
	90.03	Індивідуальна мистецька діяльність	2 431 192	
	90.04	Функціонування театральних і концертних залів	1 071 974	
Бібліотеки, архіви та музеї	91.01	Функціонування бібліотек і архівів	738 065,7	1 208 532, 4
	91.02	Функціонування музеїв	470 466,7	

*— дані до 2018 року включно, дані за 2019 рік не оприлюднені з метою забезпечення виконання вимог Закону України «Про державну статистику» щодо конфіденційності статистичної інформації

Примітка: сформовано автором на основі джерел Державна служба статистики, 2021d; Додаток Б

Розподіл обсягу виготовленої продукції суб'єктами господарювання за видами економічної діяльності, які належать до креативних індустрій відповідно до запропонованих груп зображено на рис. 2.4.

За обсягом виготовленої продукції «Нові медіа та інформаційно-комунікаційні технології» лідирують серед напрямків креативних індустрій. На другому та третьому місці відповідно є «Реклама, маркетинг та зв'язки з громадськістю» і «Аудіовізуальне мистецтво». Також значні результати за обсягами виготовленої продукції демонструють «Література, видавнича діяльність та друковані ЗМІ» та «Архітектура й урбаністики». Усі напрямки креативних індустрій за сім проаналізованих років показують позитивну динаміку збільшення обсягу виробленої продукції.



Рис. 2.4. Розподіл напрямків креативних індустрій за обсягом виготовленої продукції

Примітка: сформовано автором на основі джерел Державна служба статистики, 2021d; Додаток Б

Однією із головних характеристик креативних індустрій є показник високої доданої вартості товарів та послуг. Додана вартість за витратами виробництва суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності представлена у Додатку В. За даними Державної служби статистики частина показників за певними видами економічної діяльності є конфіденційною, тому проаналізуємо доступні показники.

Загальний обсяг доданої вартості створений суб'єктами господарської діяльності креативних індустрій за видами економічної діяльності в період з 2013 по 2019 рік відносно загального показника доданої вартості в Україні зображено на рис. 2.5.

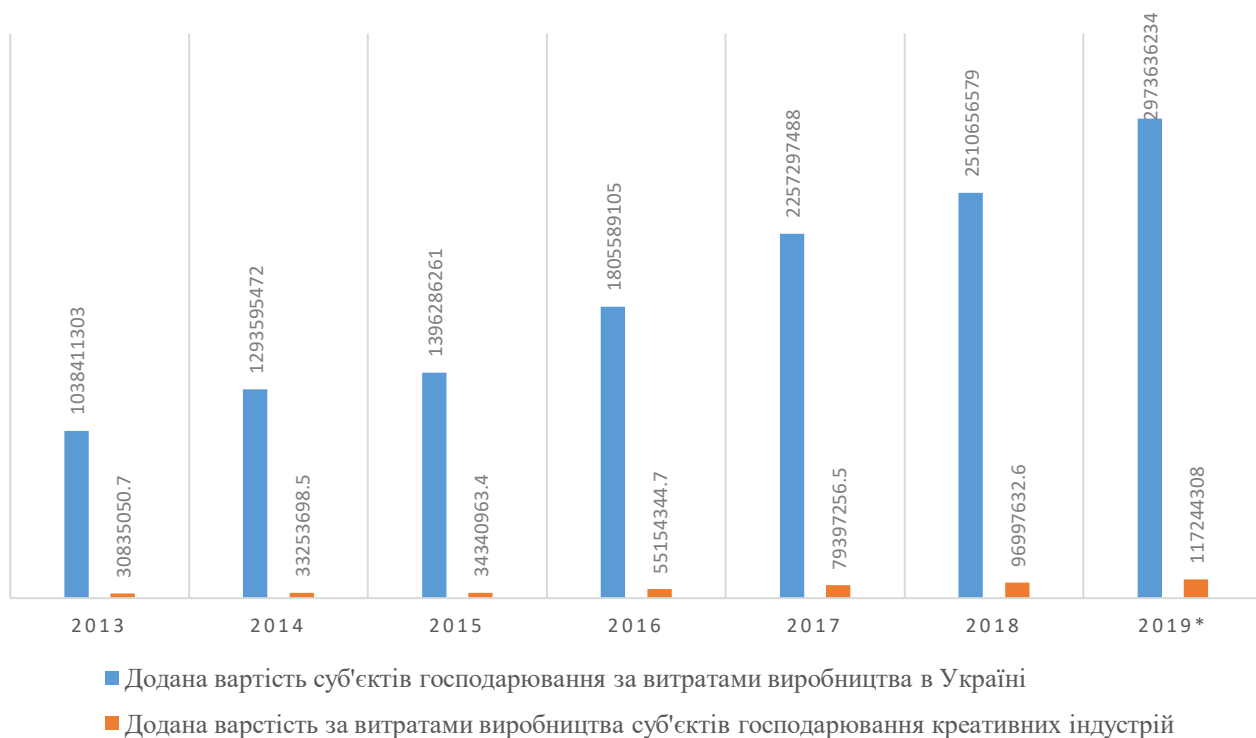


Рисунок 2.5. Обсяг доданої вартості створеної суб'єктами господарювання у креативних індустріях

Примітка: сформовано автором на основі джерел Державна служба статистики, 2021а; Додаток В.

Зведений розподіл обсягів доданої вартості за витратами виробництва суб'єктів господарської діяльності, які належать до креативних індустрій відображено у табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Додана вартість за витратами виробництва суб'єктів господарської діяльності креативних індустрій в період з 2013 по 2019 роки

Напрямок креативних індустрій	Код	Вид економічної діяльності	Додана вартість	Додана вартість за напрямком
Народні художні промисли	32.12	Виробництво ювелірних і подібних виробів	2 240 502	22 580 619
	32.13	Виробництво біжутерії та подібних виробів	96 586,1	
	32.20	Виробництво музичних інструментів	43 530,9*	
Література, видавнича діяльність та друковані засоби масової інформації	58.11	Видання книг	3 959 761	17 330 522
	58.13	Видання газет	4 508 996	
	58.14	Видання журналів і періодичних видань	5 245 138	
	58.19	Інші види видавничої діяльності	3 616 627	
Аудіальне мистецтво	59.20	Видання звукозаписів	432 990,5	1 778 575,5
	60.10	Діяльність у сфері радіомовлення	1 345 585	

Продовження табл. 2. 4

Аудіовізуальне мистецтво	59.11	Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	11 863 114	69 385 377,3
	59.12	Компонування кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	503 448,3	
	59.13	Розповсюдження кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	3 550 992	
	59.14	Демонстрація кінофільмів	7 905 363	
	60.20	Діяльність у сфері телевізійного мовлення	45 562 460	
Нові медіа та інформаційно-комунікаційні технології	58.21	Видання комп'ютерних ігор	1 074 186	222 290 097
	58.29	Видання іншого програмного забезпечення	6 796 760	
	62.01	Комп'ютерне програмування	170 090 092,3	
	62.02	Консультавання з питань інформатизації	43 591 343	
	63.91	Діяльність інформаційних агентств	737 716,4	
Архітектура й урбаністика	71.11	Діяльність у сфері архітектури	16 669 678	16 669 678
Реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю та інші креативні послуги	70.21	Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю	2 108 938	92 666 359
	73.11	Рекламні агентства	65 828 653	
	73.12	Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації	24 728 768	
Дизайн / мода	74.10	Спеціалізована діяльність із дизайну	4 033 675	4 033 675
Візуальне мистецтво	74.20	Діяльність у сфері фотографії	2 168 392	2 168 392
Креативна освіта	72.20	Дослідження і експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук	3 283 777	6 487 979,8
	74.30	Надання послуг перекладу	2 807 146	
	85.52	Освіта у сфері культури	397 056,8*	
Сценічне мистецтво	90.01	Театральна та концертна діяльність	8 203 005	11 378 862,6
	90.02	Діяльність щодо підтримання театральних і концертних заходів	1 372 295	
	90.03	Індивідуальна мистецька діяльність	945 726,9	
	90.04	Функціонування театральних і концертних залів	857 835,7	
Бібліотеки, архіви та музеї	91.01	Функціонування бібліотек і архівів	337 156,4	653 116,2
	91.02	Функціонування музеїв	315 959,8	

* – дані до 2018 року включно, дані за 2019 рік не оприлюднені з метою забезпечення виконання вимог Закону України «Про державну статистику» щодо конфіденційності статистичної інформації

Примітка: сформовано автором на основі джерел Державна служба статистики, 2021а; Додаток В.

Розподіл за секторами креативних індустрій доданої вартості за витратами виробництва зображено на рис. 2.6.



Рисунок 2.6. Розподіл доданої вартості за напрямками креативних індустрій

Примітка: сформовано автором на основі джерел Державна служба статистики, 2021а; Додаток

Показники доданої вартості за витратами виробництва суб'єктів господарської діяльності в напрямках креативних індустрій демонструють, що на першому місці є «Нові медіа та інформаційно-комунікаційні технології». На другому та третьому місці «Реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю» та «Аудіовізуальне мистецтво». Також показники високої доданої вартості демонструють напрямки «Народні художні промисли», «Література, видавнича діяльність, друковані ЗМІ» та «Архітектура й урбаністика».

Важливим показником розвитку креативних індустрій в Україні є кількість зайнятого населення. Загальна кількість зайнятості в суб'єктах господарювання в Україні в період з 2013 по 2019 рік зменшилася на 8,2 %. Найнижча зайнятість

спостерігалася у 2016 році і до 2019 року існує тенденція збільшення числа зайнятих осіб, але з показником 2013 року ще не зрівнялася.

$$t_{\text{пр}} = \frac{y_1 - y_0}{y_0} * 100\% = \frac{9\,145\,513 - 9\,965\,118}{9\,965\,118} * 100\% = -8,2\% \quad (2.3)$$

Темп приросту кількості зайнятих в суб'єктах господарювання в креативних індустріях складає 38,5 %, що вказує на позитивну динаміку змін.

$$t_{\text{пр}} = \frac{y_1 - y_0}{y_0} * 100\% = \frac{349\,454 - 252\,259}{252\,259} * 100\% = 38,5\% \quad (2.4)$$

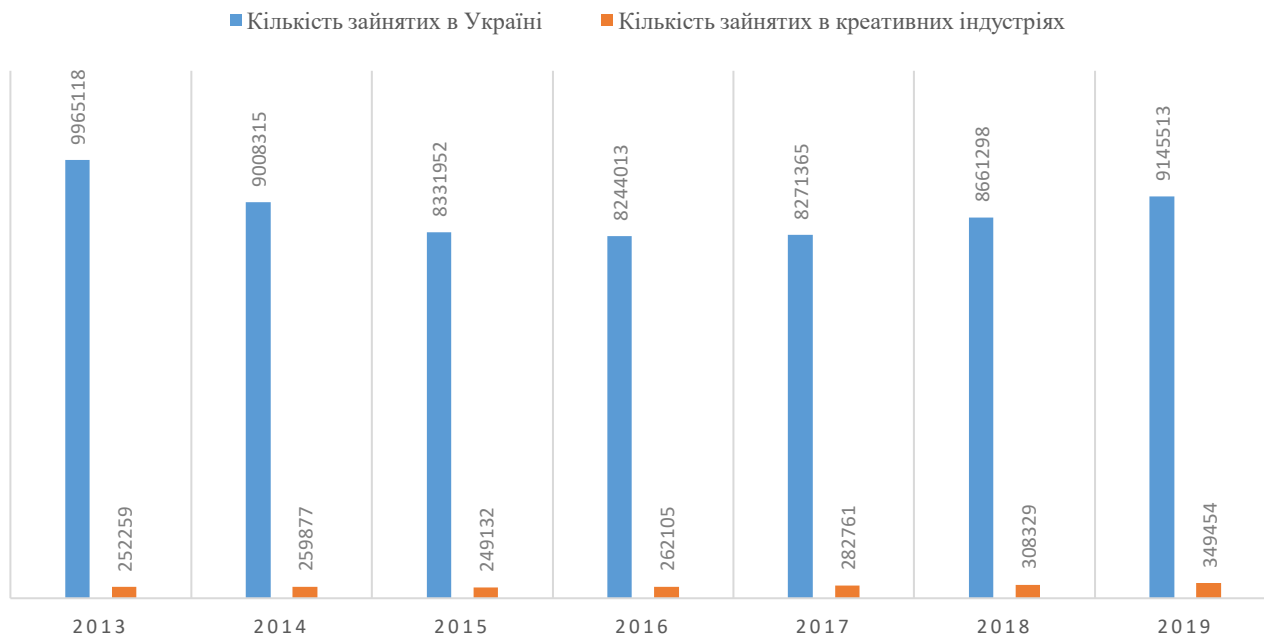


Рисунок 2.7. Зайнятість працівників у суб'єктах господарювання креативних індустрій

Примітка: сформовано автором на основі джерел Державна служба статистики, 2021b; Додаток Г.

У ході аналізу кількості зайнятих у креативних індустріях в період з 2013 по 2019 рік можемо спостерігати, що зайнятість у даному секторі стабільно зростає з 2016 року. 2013, 2014 та 2015 роки демонструють як позитивну динаміку так і негативну.

Таблиця 2.5

Кількість зайнятих осіб в суб'єктах господарської діяльності креативних індустрій в період з 2013 по 2019 роки

Напрямок креативних індустрій	Код	Вид економічної діяльності	Додана вартість	Додана вартість за напрямком
Народні художні промисли	32.12	Виробництво ювелірних і подібних виробів	47 956	49 597
	32.13	Виробництво біжутерії та подібних виробів	1 641	
	32.20	Виробництво музичних інструментів	579*	
Література, видавнича діяльність та друковані засоби масової інформації	58.11	Видання книг	27 692	159 226
	58.13	Видання газет	58 820	
	58.14	Видання журналів і періодичних видань	42 090	
	58.19	Інші види видавничої діяльності	30 624	
Аудіальне мистецтво	59.20	Видання звукозаписів	2 416	13 695
	60.10	Діяльність у сфері радіомовлення	11 279	
Аудіовізуальне мистецтво	59.11	Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	59 412	209 952
	59.12	Компонування кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	4 026	
	59.13	Розповсюдження кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	4 461	
	59.14	Демонстрація кінофільмів	30 063	
	60.20	Діяльність у сфері телевізійного мовлення	111 990	
Нові медіа та інформаційно-комунікаційні технології	58.21	Видання комп'ютерних ігор	6 554	924 291
	58.29	Видання іншого програмного забезпечення	31 532	
	62.01	Комп'ютерне програмування	663 828	
	62.02	Консультавання з питань інформатизації	212 765	
	63.91	Діяльність інформаційних агентств	9 612	
Архітектура й урбаністика	71.11	Діяльність у сфері архітектури	137 389	137 389
Реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю та інші креативні послуги	70.21	Діяльність у сфері зв'язків із громадськістю	8 928	242 940
	73.11	Рекламні агентства	195 919	
	73.12	Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації	38 093	
Дизайн / мода	74.10	Спеціалізована діяльність із дизайну	31 353	31 353
Візуальне мистецтво	74.20	Діяльність у сфері фотографії	47 166	47 166
Креативна освіта	72.20	Дослідження і експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук	7 045	48 969
	74.30	Надання послуг перекладу	31 447	
	85.52	Освіта у сфері культури	10 477	
Сценічне мистецтво	90.01	Театральна та концертна діяльність	64 642	94 389
	90.02	Діяльність щодо підтримання театральних і концертних заходів	7 731	
	90.03	Індивідуальна мистецька діяльність	11 463	
	90.04	Функціонування театральних і концертних залів	10 553	
Бібліотеки, архіви та музеї	91.01	Функціонування бібліотек і архівів	2 757	4 371
	91.02	Функціонування музеїв	1 614	

* дані до 2018 року включно, дані за 2019 рік не оприлюднені з метою забезпечення виконання вимог Закону України «Про державну статистику» щодо конфіденційності статистичної інформації

Примітка: сформовано автором на основі джерел Державна служба статистики, 2021b; Додаток Г

Кількість зайнятих осіб за означеними у дослідженні групами показано у табл. 2.5. У розрізі зазначених груп найбільше працівників креативних індустрій зайнято у групі «Нові медіа та інформаційно-комунікаційні технології», а також є більшою практично втричі від двох наступних за кількістю зайнятих працівників груп – «Реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю та інші креативні послуги» та «Аудіовізуальне мистецтво». Значними за кількістю зайнятих осіб значними є й групи «Література, видавнича діяльність та друковані засоби масової інформації» та «Архітектура й урбаністика» рис. 2.6. Важливо відзначити що до групи «Архітектура й урбаністика» належить один вид економічної діяльності. У відсотковому співвідношенні кількість зайнятих в суб'єктах господарювання креативних індустрій у найбільших напрямках становлять «Нові медіа та інформаційно-комунікаційні технології» - 47%, «Реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю та інші креативні послуги» - 12%, «Аудіовізуальне мистецтво» - 10, 6%.



Рис. 2.6. Розподіл кількості зайнятих в суб'єктах господарювання креативних індустрій

Примітка: сформовано автором на основі джерел Державна служба статистики, 2021b; Додаток Г

За результатами досліджень розвитку та трендів креативних індустрій в Україні можна вважати, що тенденції розвитку креативних індустрій в нашій державі відповідають загальносвітовим процесам. Узагальнюючи проведений аналіз економічних показників, суб'єктивно можемо зазначити наступне:

✓ Розвиток інформаційних і комунікаційних технологій сприяє трансформації традиційних видів культури, що створює нові цифрові креативні рішення, які є не лише дешевшими та доступнішими, а й користуються більшою популярністю серед населення.

✓ Розвиток інформаційних і комунікаційних технологій також зменшує бар'єри входу на ринок креативних продуктів, що сприяє позитивній динаміці показників діяльності даного сектору.

✓ Відомим є той факт, що попри високі показники кількості зайнятих осіб у креативних індустріях, але у креативних індустріях переважає індивідуальна зайнятість.

Згенерувавши дані Державної служби статистики для аналізу креативних індустрій в Україні нам вдалося визначити основні тенденції розвитку та найбільш перспективні групи. Для проведення аналогічного аналізу за допомогою статистичних показників розвитку креативних індустрій у Львівському регіоні нам не вдалося отримати необхідні дані. Виходячи з таких умов для подальшого аналізу використаємо дані, які були використані для аналізу економічного потенціалу креативних індустрій при визначенні смарт-спеціалізації регіону табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Показники функціонування видів економічної діяльності, що відносяться до креативних індустрій, у Львівській області (2017 рік)

КВЕД	Вид економічної діяльності	Кількість підприємств	Кількість зайнятих осіб
32.1	Виробництво біжутерії та подібних виробів	13	387
32.2	Виробництво музичних інструментів	н/а	н/а
58.1	Видання книг, періодичних видань та інша видавнича діяльність	155	н/а
58.2	Видання програмного забезпечення	19	н/а
59.1	Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	24	н/а

Продовження табл. 2. 6

59.2	Видання звукозаписів	1	н/а
60.1	Діяльність у сфері радіомовлення	29	133
60.2	Діяльність у сфері телевізійного мовлення	22	281
62	Комп'ютерне програмування, консультування та пов'язана з ними діяльність	263	1879
63.9	Надання інших інформаційних послуг	83	493
70.2	Консультування з питань керування	135	
71.1	Діяльність у сферах архітектури та інжинірингу, надання послуг технічного консультування	429	3827
73.1	Рекламна діяльність	168	1815
74.1	Спеціалізована діяльність із дизайну	10	
74.2	Діяльність у сфері фотографії	12	17
74.3	Надання послуг перекладу	19	63
85.5	Інші види освіти	78	471
90	Діяльність у сфері творчості, мистецтва та розваг	18	581
91	Функціонування бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури	8	76

н/а - дані не оприлюднені з метою забезпечення виконання вимог Закону України «Про державну статистику» щодо конфіденційності статистичної інформації

Примітка: сформовано автором на основі джерел Міністерство розвитку громад та територій України, 2020п.

Як зазначається у стратегії регіонального розвитку Львівської області частка зайнятих у видах економічної діяльності, які належать до креативних індустрій становить 4% від загальної кількості зайнятих в регіоні. Даних таблиці 2.6. недостатньо для проведення ґрунтовного аналізу видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій у Львівській області. Спостерігається різниця у представленні статистичних показників. У таблиці 2.6. кількісним показником надані дані цілої групи «Діяльність у сфері творчості, мистецтва та розваг» однак, всі види економічною діяльності, які належать до неї відносяться до креативних індустрій. Чого не можна спостерігати в інших двох групах «Комп'ютерне програмування, консультування та пов'язана з ними діяльність» та «Функціонування бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури». Зазначені групи за класифікатором містять не лише види економічної діяльності, які відносяться до креативних індустрій. За основу подальшого аналізу креативних індустрій у Львівському регіоні у 2017 році візьмемо критерій «кількість підприємств», оскільки, за цим критерієм оприлюднено найбільше даних.

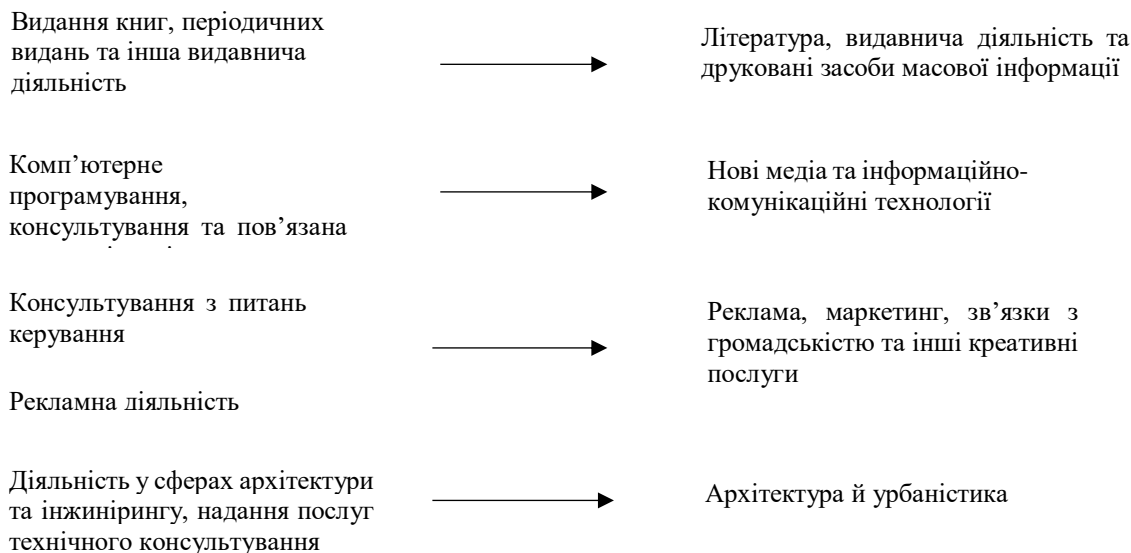


Рисунок 2.7. Відповідність між групами креативних індустрій

Примітка: Сформовано автором

Найбільш містким за обраним критерієм із запропонованих груп креативних індустрій є «Видання книг, періодичних видань та інша видавнича діяльність», «Комп'ютерне програмування, консультування та пов'язана з ними діяльність», «Консультування з питань керування», «Діяльність у сферах архітектури та інжинірингу, надання послуг технічного консультування» та «Рекламна діяльність». Визначимо відповідності між зазначеними групами креативних індустрій, які були сформовані для аналізу попередніх показників та запропоновані суб'єктами публічного управління та зазначеними групами у табл. 2.6., які відображені у стратегічному плануванні Львівського регіону рис. 2.7. У розрізі зазначених груп можна суб'єктивно стверджувати, що напрямки креативних індустрій у Львівському регіоні, які є найбільш місткими за критерієм «кількість підприємств», відповідають загальноукраїнським трендам розвитку креативних індустрій за групами «Нові медіа та інформаційно-комунікаційні технології», «Реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю та інші креативні послуги», «Архітектура й урбаністика», «Література, видавнича діяльність та друківані засоби масової інформації».

2.2. Державне стратегічне планування впровадження концепції смарт-спеціалізації

Підхід смарт-спеціалізація є інструментом стратегічного планування. Це означає, що впровадження даного підходу буде відбуватися через визначені завдання, закріпленого плану дій, впродовж певного періоду для досягнення орієнтовних показників або ж результатів.

Відповідно, в процесі адаптації національного законодавства до законодавства ЄС, впровадження підходу смарт-спеціалізації розпочалося із включення даного інструменту до стратегічних документів різних рівнів:

- Державного;
- Регіонального;
- Галузевого.

Імплементация підходу смарт-спеціалізації в стратегічний розвиток України розпочалася із включенням даного підходу до стратегічних планів дотичних напрямків. Ключовими сферами, які повинні взаємодіяти для реалізації підходу є Влада, Бізнес, Наука та Громадськість.

У підході смарт-спеціалізації Влада виконує координуючу функцію, а також функцію управління через державне, регіональне, галузеве планування. Бізнес формує актуальні запити щодо розвитку економіки в регіоні та інформує про глобальні ринкові тренди. Наука аналізує запити Бізнесу та пропонує способи створення конкурентних переваг. Громадськість виступає безпосереднім споживачем та контролюючим об'єднанням.

Держава формує загальне бачення розвитку всіх суспільних сфер через державне стратегічне планування. Оскільки, підхід смарт-спеціалізації фокусується на трьох конкретних сферах, то бачення майбутнього показане у стратегічних планах, які їх стосуються. До державних стратегічних планів, які визначають бачення

впровадження підходу смарт-спеціалізації належать стратегічне планування регіонального, економічного, інноваційного та освітнього розвитку.

Для аналізу державного стратегічного планування відібрано чинні стратегічні документи:

- Державна стратегія регіонального розвитку на 2021 – 2027 роки (Кабінет Міністрів України, 2020b);
- Національна економічна стратегія на період до 2030 року (Національна економічна стратегія 2030, 2020);
- Стратегія розвитку вищої освіти в Україні на 2021 – 2031 роки (Міністерство освіти і науки України, 2020);
- Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року (Кабінет Міністрів України, 2019b).

На даному етапі дослідження плани заходів із реалізації державних стратегії вищої освіти та економічного розвитку на 2021 – 2027 роки знаходяться в процесі розробки табл. 2. 7.

Таблиця 2.7

Аналіз стану державного стратегічного планування

Вид стратегії	Рік прийняття	Термін дії	Визначені етапи реалізації	Наявність затвердженого плану заходів реалізації
Стратегія регіонального розвитку	2020	2021 – 2027	2021 – 2023 2024 – 2027	+
Економічна стратегія	2021	2021 – 2030	Перегляд у 2024 та 2027 роках	-
Стратегія розвитку вищої освіти	2020	2021 – 2031	Кожні 2 роки	-
Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності	2019	2019 – 2030	Кожні 2 роки	-

Примітка: сформовано автором за джерелами Кабінет Міністрів України, 2019b; Кабінет Міністрів України, 2020b; Міністерство освіти і науки України, 2020; Національна економічна стратегія 2030, 2020;

Міністерством освіти і науки України було подано до громадського обговорення два проекти Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про затвердження плану заходів щодо реалізації стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності». Перший проект розпорядження включав план заходів на період 2019-2021 років, у редакції другого проекту плану заходів період був змінений на 2020 – 2022 роки. За результатами громадського обговорення два проекти були повернуті на доопрацювання.

На момент дослідження всі стратегії державного рівня, які мають вплив на впровадження підходу смарт-спеціалізації є затвердженими. Відсутність затверджених планів заходів з реалізації економічної стратегії, стратегії розвитку вищої освіти та сфери інноваційної діяльності є негативним чинником. Чинність трьох державних стратегічних документів набулася у 2021 році і лише стратегія регіонального розвитку підкріплена планом заходів з її реалізації. Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності є чинною вже два роки без затвердженого плану заходів. В стратегії зазначено, що план заходів повинен бути затвердженим на кожні два роки. Це означає, що за один повноцінний період з 2019 по 2021 рік відсутні індикатори для оцінки стану виконання стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності.

Детальний аналіз державних стратегічних документів дозволить визначити візію державного управління щодо впровадження підходу смарт-спеціалізації.

Державна стратегія регіонального розвитку визначає генеральний вектор сталого розвитку регіонів. Є основним планувальним документом для реалізації секторальних стратегій розвитку регіонів, координації державної політики у різних сферах, досягнення ефективності використання державних ресурсів у територіальних громадах та регіонах в інтересах суспільства. У Державній стратегії регіонального розвитку впровадження підходу смарт-спеціалізації розглядається через забезпечення нового шляху для розвитку промисловості в регіонах.

Таблиця 2.8

Аналіз імплементації підходу смарт-спеціалізації в державній стратегії регіонального розвитку

Вид стратегії	Стратегічна ціль	Оперативна ціль	Завдання
Стратегія регіонального розвитку	Підвищення рівня конкурентоспроможності регіонів	Розвиток людського капіталу	Підвищення якості і конкурентоспроможності вищої, фахової передвищої та професійної (професійно-технічної) освіти
		Сприяння розвитку підприємництва, підтримка інтернаціоналізації бізнесу у секторі малого та середнього підприємництва	Розвиток підприємництва
			Розвиток креативних індустрій
		Сприяння впровадженню інновацій та зростанню технологічного рівня регіональної економіки, підтримка інноваційних підприємств та стартапів	Переоснащення виробництв на базі сучасних технологій
			Розроблення та впровадження дієвого механізму підтримки стартап-компаній
			Сприяння утворенню та підтримці існуючих бізнес-інкубаторів
		Сталий розвиток промисловості	Розроблення та впровадження механізму державної фінансової підтримки проєктів регіонального розвитку
			Впровадження інструментів підтримки участі малого та середнього підприємництва у проєктах смарт-спеціалізації
			Забезпечення приєднання всіх регіонів України до Європейської платформи смарт-спеціалізації (S3 Platform)
			Стимулювання активізації співробітництва між закладами вищої освіти, науковими установами та підприємництвом, а також запровадження інструментів підтримки інноваційної діяльності

Примітка: сформовано автором за джерелами Кабінет Міністрів України, 2020б.

Початкова концепція смарт-спеціалізації в Європейському Союзі полягала саме в тому, щоб регіони, де в галузевій структурі економіки домінує промисловість, сфокусувалися на галузях промисловості з інноваційним потенціалом. Унікальні інноваційні рішення повинні були створити глобальний конкурентоспроможний

продукт. Практика впровадження смарт-спеціалізації в регіонах Європейського Союзу показала, що є значна кількість територій, де в галузевій структурі переважають торгівля, сільське господарство, сфера послуг тощо. На підставі цього початкова концепція смарт-спеціалізації щодо піднесення виключно розвитку промисловості була змінена і розширена за охопленням напрямків спеціалізацій. Тому зосередження впровадження підходу смарт-спеціалізації в розвитку промисловості, як зазначено в Державній стратегії регіонального розвитку, не відображатиме впровадження смарт-спеціалізацій в напрямках сільського господарства (Вінницька область), креативних індустрій (Львівська область). В стратегії передбачено окремими оперативними цілями та завданнями розвиток дотичних сфер (підтримка інноваційного розвитку підприємств, якість людського капіталу, підприємництва і т.д.), що є сприятливим та необхідним для впровадження підходу.

Таблиця 2.9

Аналіз імплементації підходу смарт-спеціалізації в національній економічній стратегії

Вид стратегії	Напрямок	Стратегічна ціль	Шляхи досягнення	Завдання
Національна економічна стратегія	Промисловість	Створення нових виробничих потужностей шляхом стимулювання інноваційної діяльності підприємств у всіх регіонах країни з використання конкурентних переваг кожного з них	Сприяння регіональному розвитку	Забезпечення використання та реалізації підходу смарт-спеціалізації кожного регіону згідно з методикою ЄС
				Створення пілотних проектів для розвитку взаємопідтримки між регіонами
				Приєднання України до Європейської Платформи смарт-спеціалізації (S3 Platform)
			Впровадження інноваційних технологій	Створення майданчика для обміну досвідом із впровадження інноваційних технологій
				Удосконалення механізму комерціалізації науково-технічних розробок, науково-дослідних робіт

	Регіональний розвиток	Забезпечення ефективного планування регіонального розвитку	Завершення узгодження смарт-спеціалізацій	Завершення процесу визначення регіонами напрямів смарт-спеціалізації
				Включення напряму підтримки розвитку регіональної смарт-спеціалізації до оновленої Угоди про асоціацію між Україною та ЄС
				Врегулювання питання державної фінансової підтримки проектів регіонального розвитку на засадах смарт-спеціалізації
		Забезпечення ефективного фінансування регіонального	Забезпечення ефективного функціонування Державного фонду регіонального розвитку та державних інвестицій	Створення організаційно-правових передумов для фінансування з Державного фонду регіонального розвитку проектів, що мають позитивний економічний ефект, зокрема з урахуванням розвитку пріоритетних видів економічної діяльності, визначених на засадах смарт-спеціалізації

Примітка: сформовано автором за джерелами Національна економічна стратегія 2030, 2020.

Національна економічна стратегія визначає економічну візію, ключові напрями (вектори) економічного розвитку та за кожним з напрямів — стратегічні цілі, шляхи їх досягнення, що враховують наявні та потенційні виклики і бар'єри, а також основні завдання державної економічної політики та цільові індикатори (Національна економічна стратегія 2030, 2020).

В Національній економічній стратегії визначено стратегічний курс економічної політики через напрями. Напрямами, які стосуються смарт-спеціалізації визначено «Промисловість» та «Регіональний розвиток». Впровадження підходу смарт-спеціалізації у економічному векторі здійснюється через фінансові інструменти, регіональну взаємодію та комерціалізацію науково-технічних розробок.

В Стратегії розвитку вищої освіти в Україні найбільш чітко прописаний механізм впровадження підходу смарт-спеціалізації через окрему стратегічну та оперативну цілі із конкретними завданнями табл. 2. 10.

Таблиця 2.10

Аналіз імплементації підходу смарт-спеціалізації в державній стратегії розвитку вищої освіти в Україні

Вид стратегії	Стратегічна ціль	Оперативні цілі	Завдання
Стратегія розвитку вищої освіти в Україні	Інтеграція науки, освіти та бізнесу для забезпечення економічного зростання країни	Впровадження підходів смарт-спеціалізації та Індустрії 4.0 в освітні програми	Сприяння співпраці регіональних ЗВО із бізнесом для формування замовлень на інноваційні дослідження та розробки з урахуванням ключових принципів підходу SMART-спеціалізації.
			Інтеграція ЗВО у регіональні екосистеми та кластери Індустрії 4.0 шляхом розробки адаптивної компетентісно-орієнтованої компоненти вищої освіти з урахуванням регіональної спеціалізації.
			Створення науково-бізнесових, технологічних платформ на базі провідних ЗВО регіонів.
			Унормування можливостей створення наукових кафедр і лабораторій на виробничих підприємствах у рамках публічно-приватного партнерства ЗВО та бізнесу.

Примітка: сформовано автором за джерелами Міністерство освіти і науки України, 2020.

В Стратегії розвитку вищої освіти не зазначається впровадження підходу смарт-спеціалізації лише в технічних закладах вищої освіти, що сприяє для співпраці з бізнесом у різних напрямках, зокрема і для креативних індустрій. У завданнях визначено роль закладу вищої освіти як головного елементу наявності людського капіталу для виконання інноваційних досліджень. Індикатором виконання завдань є кількість науково-технологічних платформ; питома вага закладів вищої освіти, які відкрили філії кафедр (лабораторій) на базі суб'єктів господарювання.

Позитивним чинником у галузі вищої освіти України для впровадження підходу смарт-спеціалізації однозначно є прийнятий Закон України «Про вищу освіту» № 1556-VII у 2014 році зі змінами та доповненнями на даному етапі дослідження. У Законі зазначається, що він «створює умови для посилення співпраці державних органів і бізнесу з закладами вищої освіти на принципах автономії закладів вищої освіти, поєднання освіти з наукою та виробництвом з метою підготовки конкурентоспроможного людського капіталу для високотехнологічного та

інноваційного розвитку країни, самореалізації особистості, забезпечення потреб суспільства, ринку праці та держави у кваліфікованих фахівцях» (Кабінет Міністрів України, 2014с), таким чином сприяє розвитку ключовим засадам смарт-спеціалізації та вертикальному формуванню суспільства.

Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності має на меті визначити напрямки для розбудови національної інноваційної екосистеми. В перспективі це забезпечить швидке та якісне перетворення креативних ідей на інноваційні товари чи послуги. Можливість швидко та якісно реалізовувати ідеї сприятиме розвитку інноваційної сфери, збільшить кількість впроваджених розробок, а також формуватиме позитивний імідж для залучення інвестицій.

У стратегії відсутні стратегічні та операційні цілі, шляхи їх досягнення, що унеможлиблює застосувати аналогічний метод аналізу. В стратегії визначений детальний перелік проблем, які стосуються різних етапів життєвого циклу інновацій та подані напрямки і способи розв'язання проблем.

Зіставлення бар'єрів для розвитку сфери інноваційної діяльності та завдань, які повинні були б вирішити наявні проблеми, демонструє загальну направленість шляхів розв'язання проблем тим самим створюючи дисбаланс. Частина зазначених завдань не направлена на подолання бар'єрів табл. 2.11.

Таблиця 2.11

Синтез бар'єрів та завдані розвитку сфери інноваційної діяльності для впровадження підходу смарт-спеціалізації

Бар'єри	Завдання
Етап створення новацій	
<ul style="list-style-type: none"> ● Фінансування ● Відсутність налагоджених комунікацій між науковцями і представниками бізнесу ● Інформаційна підтримка 	<ul style="list-style-type: none"> ● Розробка механізму фінансування та стимулювання ● Визначення інноваційних трендів через залучення міжнародних експертів ● Розвиток інфраструктури ● Вдосконалення освітньої системи

Етап трансферу новацій	
<ul style="list-style-type: none"> • Розбіжності у регулюванні відносин у сфері інтелектуальної власності • Нестача фахівців у сфері управління різними напрямками інноваційної діяльності • Інформаційна підтримка • Відсутність закріпленого механізму трансферу новацій • Складність оцінки готовності новації та її вартості 	<ul style="list-style-type: none"> • Врегулювання законодавства щодо створенні інноваційної інфраструктури та інтелектуальної власності • Державна підтримка об'єктів інноваційної інфраструктури • Проведення інформаційних заходів • Запровадити різну методично-консультаційну допомогу • Створення комунікаційного механізму між державою, бізнесом та науковцями
Етап впровадження новації шляхом створення стартапу	
<ul style="list-style-type: none"> • Високе податкове навантаження • Недостатній рівень навичок для підприємництва • Нерозвиненість венчурного фінансування • Значний початковий внесок засновників для створення • Відсутність інфраструктурного забезпечення 	<ul style="list-style-type: none"> • Державні заходи щодо підтримки стартапів (податки, фінанси, інфраструктура) • Підтримка розвитку інноваційної інфраструктури в закладах освіти
Етап впровадження новацій на вже існуючому підприємстві	
<ul style="list-style-type: none"> • Незацікавленість бізнесу • відсутність «спільної мови» представників бізнесу та науки • Низький рівень обізнаності інноваторів у сфері правової охорони та інтелектуальної власності 	<ul style="list-style-type: none"> • Державна підтримка підприємств, які проводять наукові дослідження та впроваджують новації • Створення кластерів, міжнародне співробітництво • Інфраструктура для консультаційних послуг

Примітка: сформовано автором за джерелами Кабінет Міністрів України, 2019b

Значну увагу у напрямках і способах розв'язання проблем приділено налагодженню партнерства між українськими науковцями, представниками бізнесу та держави. Це позитивний елемент для впровадження підходу смарт-спеціалізації, оскільки саме проблема партнерства є ключовою для вдалої реалізації.

До завдань налагодження партнерських відносин між вітчизняними науковцями, представниками бізнесу та влади віднесено:

- розробка системи моніторингу запитів бізнесу на інновації;
- інвентаризація наявних новацій;
- створення аналітичних центрів для інноваційної сфери;
- запуск пілотних проєктів із впровадження смарт-спеціалізації;
- інформаційна підтримка на українському та міжнародному ринку (Кабінет Міністрів України, 2019b).

Виконання окреслених завдань стане початком формування належного рівня комунікації та якісних результатів співпраці.

Опрацювання державних стратегічних документів дозволило виділити спільні позитивні та негативні чинники, які впливають на розвиток регіонів, економічну ситуацію, розвиток вищої освіти та сфери інноваційної діяльності щодо впровадження підходу смарт-спеціалізації табл. 1. 12.

Таблиця 2.12

Порівняльний аналіз позитивних чинників регіонального та економічного розвитку, сфери інноваційної діяльності та розвитку вищої освіти

Позитивні чинники	Регіональна стратегія	Економічна стратегія	Стратегія розвитку вищої освіти	Стратегія розвитку інноваційної сфери
Високий освітній та науковий потенціал	+	+	+	+
Потужний людський капітал		+	+	+
Висока ємність ринку інновацій	+	+		+
Наближення нормативно-правового забезпечення до Європейського простору			+	
Відкритість для бізнесу	+	+		+
Географічне розташування	+	+		
Комплексний підхід стратегічного планування	+	+	+	+

Примітка: сформовано автором за джерелами Кабінет Міністрів України, 2019b; Кабінет Міністрів України, 2020b; Міністерство освіти і науки України, 2020; Національна економічна стратегія 2030, 2020;

Реальний стан державного управління в контексті стратегічного планування у регіональному, економічному, освітньому та інноваційному напрямках демонструє спільне бачення наявних переваг українського суспільства та держави. Проаналізовані переваги у кожному напрямку розглядаються як надійний ресурс для майбутнього зростання і невикористаною можливістю для позитивних змін. Переваги, які створюють необхідний імідж нашої країни на даному етапі, володіють потенціалом для створення конкуренції. Проте, недоліки у державному регулюванні, які стримують потенціал переваг також мають спільні ознаки табл. 2. 13.

Таблиця 2.13

Порівняльний аналіз негативних чинників регіонального та економічного розвитку, сфери інноваційної діяльності та розвитку вищої освіти

Негативні чинники	Регіональна стратегія	Економічна стратегія	Стратегія розвитку вищої освіти	Стратегія розвитку інноваційної сфери
Недосконалість політичного, регуляторного та бізнес-середовища	+	+	+	+
Слабко розвинута інфраструктура, у тому числі інноваційна	+	+	+	+
Низька частка обсягу реалізованої інноваційної продукції	+	+		+
Зменшення кількості інноваційно-активних підприємств	+	+		+
Дисбаланс рівнів розвитку людського капіталу в регіонах		+		+
Низький рівень міжнародної співпраці	+	+	+	+
Невідповідність змісту та якості вищої освіти актуальним потребам суспільства		+	+	+
Низька інтенсивність взаємодії з наукою та бізнесом;		+	+	+
Низький рівень державного фінансування інноваційної діяльності	+	+		+
Неефективність наявної інноваційної інфраструктури	+	+	+	+

Примітка: сформовано автором на основі джерел Кабінет Міністрів України, 2019b; Кабінет Міністрів України, 2020b; Міністерство освіти і науки України, 2020; Національна економічна стратегія 2030, 2020;

Негативні чинники сприяють економічній стагнації, трудовій міграції населення, дисбалансу регіонального розвитку, низькому використанню інноваційного потенціалу.

Аналіз стратегічних документів виявив, що впровадження підходу смарт-спеціалізації в українських регіонах включено у державну політику лише частково. Частково це пояснюється тим, що більшість проаналізованих документів ухвалено паралельно із обов'язковим внесенням підходу до регіональних стратегій. Смарт-спеціалізація зможе бути важелем прискорення регіонального, економічного та інноваційного розвитку України та якісних змін у структурних сферах через співпрацю та партнерство ключових елементів, а наслідком для держави стануть конкурентоспроможні регіони з унікальними продуктами та високою часткою доданої вартості. Окрім цього, створення сприятливого бізнес-клімату та розвиток підприємництва за обраними напрямками смарт-спеціалізацій регіонів, дадуть змогу посилити конкурентну позицію країни, яка матиме змогу розглядатися як регіональний суб'єкт. У ході вивчення стратегічного планування, стало очевидним і те, що виникає потреба проведення послідовної, комплексної державної політики, яка спрямована на європейський та євроатлантичний курс через розвиток міжнародної співпраці.

2.3. Стратегічне планування розвитку регіональної смарт-спеціалізації «креативні індустрії» (на прикладі Львівського регіону)

Креативні індустрії формують нову підгалузь економіки – креативну економіку. Про роль, місце та значення креативних індустрій у формуванні національного конкурентоспроможного продукту неодноразово зазначалося на різних рівнях державного управління. Аналіз державних стратегічних документів дає можливість

обґрунтувати вектор розвитку креативних індустрій, який закріплений на державному рівні та імплементувати його в регіональний розвиток аналогічної сфери. Для дослідження обрані ключові стратегічні документи України, які визначають напрямки розвитку сфер, релевантних підходу смарт-спеціалізації.

Державні стратегічні документи:

- Державна стратегія регіонального розвитку на 2021 – 2027 роки (Кабінет Міністрів України, 2020b);
- Національна економічна стратегія на період до 2030 року (Національна економічна стратегія 2030, 2020);
- Стратегія розвитку вищої освіти в Україні на 2021 – 2031 роки (Міністерство освіти і науки України, 2020);
- Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року (Кабінет Міністрів України, 2019b).

В Державній стратегії регіонального розвитку креативні індустрії виступають одним із напрямків сприяння розвитку підприємництва задля підвищення рівня конкурентоспроможності регіонів. Регіональний вектор розвитку креативних індустрій спрямований на створення інфраструктурного забезпечення, розроблення шляхів залучення коштів, популяризації креативних товарів та послуг. В контексті регіонального розвитку важливим є те, що через креативні індустрії розглядається реалізація міждисциплінарного підходу в освіті. Сприятливим фактором для впровадження смарт-спеціалізації «креативні індустрії» є зазначення в стратегічному плануванні креативних індустрій, як таких що підвищують додану вартість продукції інших галузей та секторів економіки через створення нових продуктів, інтелектуальної власності та підсилюють інноваційні процеси.

Таблиця 2.14

Розвиток креативних індустрій в державній стратегії регіонального розвитку

Вид стратегії	Стратегічна ціль	Оперативна ціль	Напрямок	Завдання
Стратегія регіонального розвитку	Підвищення рівня конкурентоспроможності регіонів	Сприяння розвитку підприємництва, підтримка інтернаціоналізації бізнесу у секторі малого та середнього підприємництва	Розвиток креативних індустрій	Запровадження новітніх освітніх підходів та форматів з посиленою прикладною орієнтацією, міждисциплінарним підходом, що пов'язані з інтелектуально місткими, виробничими та інноваційними видами підприємництва.
				Забезпечення стимулювання та підтримки підприємництва, зокрема молодіжного, у креативних індустріях шляхом підвищення рівня компетентностей, полегшення доступу до фінансування та розширення систем наставництва
				Поширення практики утворення центрів розвитку креативної економіки в містах різного масштабу та з різними соціально-економічними умовами, зокрема на засадах державно-приватного партнерства
				Сприяння залученню донорів та міжнародних організацій до підтримки проектів розвитку людського капіталу та креативної економіки
				Забезпечення державної підтримки пілотних проектів розвитку креативної економіки та сприяння переходу від сировинно-експортної до виробничо-інноваційної економіки.
				Сприяння створенню нових та посиленню спроможності діючих осередків розвитку креативної економіки (центрів, хабів, платформ, агенцій, мереж тощо) на місцевому та регіональному рівні.
				Створення умов для посилення залученості креативних індустрій до підвищення доданої вартості продукції інших галузей та секторів економіки шляхом створення нових продуктів, інтелектуальної власності та підсилення інноваційних процесів.
				Сприяння посиленню спроможності закладів культури до міжсекторної взаємодії
				Забезпечення стимулювання попиту та сприяння розвитку місцевих ринків для креативних індустрій

Примітка: сформовано автором за джерелами Кабінет Міністрів України, 2020b.

Національна економічна стратегія визначає креативні індустрії окремим напрямком стратегічного курсу економічної політики України, але розглядаються спільно із індустрією гостинності. Креативні індустрії повинні сформувати розвинену креативну економіку, зазначається у візії.

Таблиця 2.15

Розвиток креативних індустрій в Національній економічній стратегії

Вид стратегії	Стратегічна ціль	Шляхи досягнення	Завдання
Національна економічна стратегія	Створення конкурентоспроможної креативної економіки для збалансованого розвитку України	Спроможність підприємств	Сприяння формуванню інституту фінансових посередників у сфері креативних індустрій (бізнес-янгели, фонди, консультаційні центри)
		Покращення фінансової спроможності	Адаптація можливостей та умов програми “Доступні кредити 5—7—9” до особливостей діяльності суб’єктів господарювання у сфері креативних індустрій
		Підвищення компетенційної спроможності	Формування засад для створення креативних хабів з метою підтримки креативного бізнесу та створення конкурентоспроможного локального продукту через проведення програм інкубації та акселерації, надання менторських послуг створення умов для запуску навчальних можливостей підвищення рівня підприємницьких навичок митців та вдосконалення компетентностей професіоналів у сфері креативних індустрій (у форматі тренінгів, навчальних курсів тощо)
		Український креативний продукт	Розширення грантових можливостей, що надаються державними інституціями у сфері креативних індустрій, у напрямі підвищення конкурентоспроможності, інклюзивності, інноваційності, доданої вартості креативного продукту, зокрема регіонального, який створюється в результаті грантового державного фінансування
			Врахування сучасних тенденцій креативних індустрій
		Стимулювання розвитку галузі	Розроблення секторальних політик для перспективних секторів креативних індустрій в Україні: народних художніх промислів; дизайну; концертної та музичної індустрії.

Примітка: сформовано автором за джерелами Національна економічна стратегія 2030, 2020.

В економічній стратегії завдання для розвитку креативних індустрій мають схожість із завданнями регіональної стратегії. Це стосується створення шляхів фінансування даної сфери та розвитку інфраструктурних об'єктів. Позитивним є виокремлення напрямку формування українського креативного продукту, а також завдання щодо розроблення секторальних політик за трьома видами креативних індустрій.

Враховуючи перелік видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій, варто зазначити, що галузь інформаційно-комунікаційних технологій також належить до даної сфери. У Національній економічній стратегії інформаційно-комунікаційні технології визначені окремим напрямком стратегічного курсу.

Таблиця 2.16

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій в Національній економічній стратегії

Вид стратегії	Стратегічна ціль	Шляхи досягнення
Національна економічна стратегія	Створення привабливих умов для працевлаштування висококваліфікованих фахівців і стимулювання розвитку конкурентної та глобальної освіти у сфері інформаційних технологій;	Підвищення кількості ІТ-фахівців
		Підвищення якості ІТ-освіти
		Налагодження співпраці суб'єктів підприємництва з закладами вищої освіти
	Створення кращого в регіоні середовища для виробництва технологічних продуктів та реалізації стартапів	Підвищення доступу ІТ-компаній до інвестицій
		Забезпечення розвитку ІТ-екосистеми
		Створення сприятливого податкового режиму
		Оптимізація законодавства
	Сприяння розвитку іміджу України як найпотужнішого ІТ-центру в Європі	Регулювання інноваційних технологій
Просування українських продуктів на зовнішніх ринках		

Примітка: сформовано автором за джерелами Національна економічна стратегія 2030, 2020.

За економічними показниками ІТ-індустрія є на першому місці з усіх видів економічної діяльності, які відносяться до креативних індустрій. Тому прийнятним є те, що дана сфера віднесена окремим напрямком економічного стратегічного курсу.

Стратегія розвитку вищої освіти не містить напрямків, які безпосередньо стосуються розвитку креативних індустрій. Зазначається, що креативний підхід до виконання завдання є універсальною компетентністю для майбутнього. Через швидкі зміни, які відбуваються в суспільстві, креативність стане однією з тих навичок, яка повинна бути притаманна фахівцеві майбутнього. Перед закладами вищої освіти стоїть завдання формувати та розвивати креативність через міждисциплінарність, STEM та SMART освіту. У стратегії поданий перелік професій майбутнього, де більшість професій стосуються зайнятості у креативних індустріях (архітектор територій; фахівець з робототехніки; фахівець з 3D- друк; програміст; розробник віртуальної, доповненої реальності; фахівець з цифрового контенту і т.д.).

Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності не виділяє сфери розвитку новацій, не визначає пріоритетів, лише зазначає, що напрямки повинні відповідати світовим трендам для створення міжнародної конкуренції. Стратегія вказує, що креативність є основою для новацій. Одним із завдань для зменшення бар'єрів на етапі створення новацій визначено ініціацію створення у межах населених пунктів місць призначених для розвитку креативних індустрій в тому числі (виділення територій, створення інфраструктури, інформаційно-аналітичне та методичне забезпечення), що сприятиме розвитку інноваційної культури.

Креативні індустрії, як смарт-спеціалізацію, було обрано у Львівському регіоні, тому спрямування подальших досліджень фокусується саме на зазначеному регіоні. Для аналізу регіональних та галузевих стратегічних документів обрано наступний перелік документів.

Стратегічні документи регіонального рівня:

- Стратегія розвитку Львівської області на період 2021 – 2027 років (Міністерство розвитку громад та територій України, 2020n);
- План заходів з реалізації у 2021-2023 роках Стратегії розвитку Львівської області на період 2021 – 2027 років (Міністерство розвитку громад та територій України, 2021b);

- Стратегія розвитку освіти Львівщини до 2027 року (Львівська обласна державна адміністрація, 2021b);
- Стратегія прориву Львова 2027 (Львівська міська рада, 2019b);

Галузеві документи:

- Стратегія розвитку Національного університету «Львівська політехніка» (Національний університет «Львівська політехніка», 2021), план заходів на 2019, 2020, 2021 роки.
- Стратегія розвитку Львівського університету імені Івана Франка (Львівський національний університет імені Івана Франка, 2021).

У Стратегії розвитку Львівської області на період 2021 – 2027 років подані економічні розрахунки на основі яких був здійснений вибір видів економічної діяльності, що володіють інноваційним потенціалом. Загалом, розвиток конкурентоспроможної економіки на засадах смарт-спеціалізації визначена у стратегічних цілях області.

Стратегічно визначено підтримку креативних індустрій на Львівщині через дві основні потенційно можливі сфери:

- підтримку створення креативних хабів, бізнес-акселераторів, творчих просторів та платформ, а також освітніх і креативних кластерів. Поданий перелік напрямків креативних індустрій за якими можливі кластерні об'єднання. До них належать: ІТ-напрямки; творчість, мистецтво та розваги; виробництво аудіо, відео та реклами; інформаційні послуги; виробництво ювелірних виробів, біжутерії і подібних виробів;
- створення Фешн-Інкубатора для взаємодії учасників текстильної та модної індустрії.

Можна зробити висновок, що стратегічне планування Львівського регіону, розвитку креативних індустрій полягає в інфраструктурному забезпеченні.

Таблиця 2.17

Стратегічне бачення розвитку смарт-спеціалізації креативні індустрії у Львівській області

Вид стратегії	Стратегічна ціль	Оперативні цілі	Завдання
Стратегія розвитку Львівської області на період 2021 – 2027 років	Розвиток конкурентоспроможної економіки на засадах смарт-спеціалізації	Стимулювання інноваційних видів економічної діяльності з високою доданою вартістю	Підтримка креативних індустрій
		Інвестиційна привабливість	Розвиток інфраструктури підтримки підприємництва, кластерів, індустріальних парків
			Підвищення інвестиційної привабливості та міжнародна промоція регіону
			Наближення системи підготовки кадрів відповідно до потреб регіональної економіки
		Науково-технологічний розвиток	Розвиток інноваційної інфраструктури
			Підтримка прикладних досліджень, інноваційних стартапів, обдарованої молоді
			Сприяння трансферу передових технологій у виробничий та науково-освітній простір

Примітка: сформовано автором за джерелами Міністерство розвитку громад та територій України, 2020п.

Проект Стратегії розвитку освіти Львівщини на період до 2027 року представлено у 2020 році. Стратегія розвитку освіти Львівщини та Стратегія розвитку Львівщини сформовані на однаковий термін. У Стратегії розвитку освіти визначено її імplementованість у Стратегію розвитку Львівщини на період 2021 – 2027 років табл. 2.18.

Стратегічне бачення розвитку освіти Львівщини по впровадженню підходу смарт-спеціалізації зосереджене на закладах професійно-технічної освіти. Оскільки, одним із необхідних елементів співпраці в реалізації підходу смарт-спеціалізації є представники освітньо-наукового середовища, то виникає питання щодо доцільності однозначної ролі професійно-технічних закладів.

Таблиця 2.18

Імплементованість Стратегії розвитку освіти Львівщини у загальну стратегію розвитку регіону щодо смарт-спеціалізації креативні індустрії

Стратегічні цілі	Оперативні цілі	Завдання	Шляхи реалізації
Конкурентоспроможна економіка на засадах смарт-спеціалізації	Інвестиційна привабливість	Підтримка креативних індустрій	Створення фешн-інкубатора креативної зони
		Наближення системи підготовки кадрів у відповідність до потреб регіональної економіки	Проведення на регулярній основі моніторингу потреб локальних підприємств у робітничих кадрах
			Налагодження платформи співпраці бізнесу та закладів профтехосвіти у сфері надання освітніх послуг для забезпечення конкурентоспроможності набутих навичок та знань, що високо затребувані роботодавцями
			Оптимізація мережі закладів професійної освіти і приведення їх освітніх програм у відповідність до потреб економіки регіону
			Модернізація професійно-технічної освіти з впровадженням елементів дуальної форми навчання
			Відкриття сучасного багатофункціонального навчально-практичного центру на базі Вищого професійного училища № 29 м. Львова

Примітка: сформовано автором за джерелами Львівська обласна державна адміністрація, 2021б.

Шляхи реалізації завдань трактують через побудову відповідності між освітніми програмами закладів професійно-технічної освіти та потребами регіонального ринку праці, а це означає забезпечення необхідними на ринку працівниками. Однак, у підхід смарт-спеціалізації передбачає виконання освітньо-науковими установами науково-інноваційних досліджень актуальних проблем, які виникають у регіональних представників бізнес-спільноти. На даному етапі розвитку освіти, більша частина наукових досліджень результати яких стають об'єктами промислової власності, здійснюють у закладах вищої освіти.

Лідерами, серед закладів вищої освіти Львівщини, є Національний університет «Львівська політехніка» та Національний університет імені Івана Франка. Для аналізу стратегічного планування регіонального рівня було обрано зазначені університети через високі показники діяльності серед освітніх установ із провідних напрямків

креативних індустрій таких як нові технології (ІТ-напрямок), архітектура та урбаністика.

Стратегія розвитку Національного університету «Львівська політехніка» була затвердженою у 2019 році. Місія університету полягає у формуванні майбутніх ефективних, творчих та мудрих лідерів. Візія Національного університету «Львівська політехніка» у всеукраїнській першості серед університетів. Зміст стратегії зорієнтований на академічні показники успішності. Результати діяльності університету повинні відображатися як кількісні показники результативності студентів та працівників, наприклад: місце університету в світових рейтингах, кількість поданих заяв від вступників, кількість міжнародних програм тощо. Тобто ті показники, які б могли створювати позитивний імідж університету для майбутніх абітурієнтів, працівників, партнерів.

За результатами swot-аналізу, сильними сторонами Національного університету «Львівська політехніка», які матимуть вплив на впровадження підходу smart-спеціалізації є:

- високий рівень забезпечення висококваліфікованими кадрами, наявність яких дозволяє проводити мультидисциплінарні та міждисциплінарні дослідження;
- наявність інноваційно-навчальної платформи (Tech Startup School).

Це означає, що університет володіє необхідним ресурсним потенціалом, зокрема людським, та вже наявним університетським підрозділом, діяльність якого спрямована на забезпечення співпраці університету, бізнесу та влади.

Можливості, визначені swot-аналізом, передбачають «розвиток студентського підприємництва за допомогою Tech Startup School». Наявність інноваційно-навчальної платформи свідчить про те, що створюються умови для підприємництва в межах університету під час навчального процесу.

Основні стратегічні цілі Національного університету «Львівська політехніка» на період до 2025 року не визначають чіткий курс університету на співпрацю з бізнес-

середовищем. Однак, дотичні стратегічні напрямки розвитку університету можливо використовувати для впровадження смарт-спеціалізації.

Таблиця 2.19

Стратегічне планування Національного університету «Львівська політехніка» по впровадженню підходу смарт-спеціалізації

Стратегічна ціль	Оперативна ціль	Завдання
Створення середовища, сприятливого для навчання, праці та розвитку особистості	Розвиток інноваційної інфраструктури	Створення інноваційних структур та підрозділів
	Розвиток освітньо-наукової інфраструктури	Утворення нових підрозділів для удосконалення освітнього процесу та наукової діяльності
Вийти на перше місце серед вітчизняних університетів за обсягом виконаних міжнародних грантів	Розвиток ринково-орієнтованих прикладних досліджень і розробок	Збільшення кількості комерціалізованих об'єктів права інтелектуальної власності

Примітка: сформовано автором за джерелами Національний університет «Львівська політехніка», 2021.

Головна мета описаних стратегічних цілей – збільшення надходження до бюджету університету через комерціалізацію об'єктів прав інтелектуальної власності. Смарт-спеціалізація в такому випадку стане одним із шляхів досягнення головної мети.

План заходів університет оприлюднює на кожний рік із зазначенням результативності виконання. Аналіз планових заходів в період 2019 – 2021 років показує, що у 2019 році в університеті не було заплановано жодних заходів, які б сприяли його співпраці з бізнес-середовищем та владою. У 2020 році планувалося створення Центру трансферу технологій та венчурного фонду для комерціалізації наукових досліджень, трансферу технологій та розвитку стартапів, але завдання залишилося невиконаним.

У 2020 році було створено Науковий парк, метою якого є сприяння розвитку академічного підприємництва в університеті. В плані заходів на 2021 рік у Науковому парку зазначається запуск першого виробництва.

План заходів на 2021 рік, які сприятимуть впровадженню підходу смарт-спеціалізації, передбачав:

- збільшення частки кваліфікаційних робіт, виконаних на замовлення підприємств і розроблення;
- впровадження інноваційних програм в Tech Startup School, зокрема акселераційних програм для досліджень та стартапів за підтримки бізнес-структур;
- фінансування комерціалізації наукових досліджень, трансферу технологій та розвитку стартапів;
- залучення не менше ніж 10 корпоративних клієнтів до корпоративного майданчика для реалізації стартапів.

Вдале виконання плану заходів на 2021 рік для досягнення стратегічних цілей розвитку, забезпечить розвиток співпраці між університетською спільнотою та бізнес-середовищем.

Стратегія розвитку Національного університету імені Івана Франка була затвердженою у 2021 році, термін дії до 2025 року. Університет визначає своєю місією «формування особистості – носія інтелектуального та інноваційного потенціалу», тобто акцентується увага на креативності випускників. Візія – креативний та інноваційний класичний університет, побудований на засадах інтеграція освіти, наукових досліджень та інновацій. Swot-аналізу у стратегії не опубліковано, оперативні цілі та завдання зазначені у таблиці 2. 20.

Таблиця 2.20

Стратегічне планування Національного університету імені Івана Франка щодо впровадження підходу смарт-спеціалізації

Напрямки цілей	Завдання
Освіта	Відкрити нові спеціальності, впровадити інноваційні освітні програми із залученням зацікавлених осіб та урахуванням потреб ринку праці
Наука	Підвищувати якість наукових досліджень, розширити наукову діяльність у напрямі трансферу технологій і комерціалізації інтелектуальної власності.

Примітка: сформовано автором за джерелами Львівський національний університет імені Івана Франка, 2021.

Стратегія розвитку Національного університету імені Івана Франка відображає загальні напрямки для діяльності в майбутній плановий період. Затвердження стратегії розвитку університету відбувалося вже після прийняття регіональних стратегій розвитку. Це означає, що в стратегічному плануванні Національний університет імені Івана Франка мав можливість окреслити рамки співпраці з бізнес-середовищем та владою для впровадження підходу смарт-спеціалізації. План заходів із реалізації стратегії на момент проведення дослідження знаходився в стані розробки.

Узагальнений аналіз стратегій розвитку провідних закладів вищої освіти Львівщини показаний у табл. 2. 21.

Таблиця 2.21

Порівняльний аналіз стратегічного планування Національного університету «Львівська політехніка» та Національного університету імені Івана Франка щодо впровадження підходу смарт-спеціалізації

Елементи стратегічного планування	Національний університет «Львівська політехніка»	Національний університет імені Івана Франка
Місія	+	+
Візія	-	+
Стратегічні цілі щодо співпраці університету із бізнес-середовищем та владою	-	-
Оперативні цілі щодо співпраці університету із бізнес-середовищем та владою	+	-
Завдання щодо співпраці університету із бізнес-середовищем та владою	+	+
План заходів щодо співпраці університету із бізнес-середовищем та владою	+	-

Примітка: сформовано автором за джерелами Львівський національний університет імені Івана Франка, 2021; Національний університет «Львівська політехніка», 2021.

Демонстрація впровадження підходу смарт-спеціалізації у стратегічному плануванні провідних закладів вищої освіти Львівського регіону спостерігається у розвитку таких напрямків як комерціалізація наукових досліджень та залучення

представників бізнес-середовища до розроблення та реалізації освітніх програм. На даному етапі дослідження Національний університет «Львівська політехніка» має перевагу у створених можливостях для співпраці науки, бізнес-середовища та влади через наявність інноваційно-навчальної платформи та Наукового парку.

Підхід смарт-спеціалізації є інструментом регіонального стратегічного планування. Оскільки, для Львівського регіону одним із напрямків смарт-спеціалізації обрано креативні індустрії, то варто відзначити той факт, що у Стратегії прориву 2027 (Львівська міська рада, 2019b), затвердженою Львівською міською радою, «креативність», як характеристика людського потенціалу, та «креативні індустрії», як основа креативної економіки, є ключовими елементами.

Стратегічними пріоритетами міста визначено виховання, концентрацію, утримання та залучення креативних людей через кількісне та якісне збільшення локальних креативних продуктів. Для конкурентоспроможності міста Львова потрібно вибудувати спільне економічне бачення. Спільне економічне бачення, яке зазначене у стратегії, полягає у формування двох кластерів:

- кластер туризму;
- кластер ІТ і бізнес-послуг.

Стратегія визначає і локальні передумови, які сприяли даному напрямку розвитку, а саме наявним освітнім та людським потенціалом міста. Глобальний тренд та визнання впливу креативності на економічну ситуацію у стратегічному баченні розвитку міста виражається через підтримку створення креативної інфраструктури, такої як бізнес-інкубатори, коворкінги, креативні простори тощо. Власне, акцентування уваги в стратегічному плануванні розвитку міста Львова на креативності є важливим сприятливим фактором для можливості для впровадження смарт-спеціалізації «креативні індустрії» у Львівському регіоні.

Підсумовуючи аналіз стратегічного планування розвитку креативних індустрій на державному та регіональному рівнях, а також аналіз імплементації реалізації

підходу смарт-спеціалізації «креативні індустрії» у стратегічне планування Львівського регіону можна зробити наступні висновки:

- проаналізовані стратегії визначають можливий розвиток креативних індустрій через інфраструктурне забезпечення, підтримку ІТ-сектору, як лідера у даній галузі, адаптації освітніх програм та створення умов для експорту;
- низький рівень узгодженості документів стратегічного планування на національного, регіонального та місцевого рівнів публічного управління;
- відсутність чітких механізмів взаємодії між основними суб'єктами смарт-спеціалізації;
- низька участь місцевих освітньо-наукових установ у реалізації підходу смарт-спеціалізації в довгостроковій перспективі, згідно з стратегічними планами;
- освітньо-наукові заклади не мають відображення конкретних заходів щодо сприяння реалізації підходу смарт-спеціалізації.

Регіональне керівництво повинно сприяти широкій участі представників бізнесу, закладів освіти, наукових установ спільно із представниками ЄС для адаптації підходу смарт-спеціалізації до умов та потреб України. Підхід смарт-спеціалізації має на меті згуртувати суспільство навколо впровадження інклюзивної співпраці задля максимально результативного ефекту.

Висновки до розділу 2

За результатами проведеного аналізу у другому розділі дисертаційного дослідження, можна зробити наступні висновки:

Запропоновано розмежування видів економічної діяльності, які на законодавчому рівні належать до креативних індустрій та затверджено у 2019 році Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24. 04. 2019 №265-р «Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій» між окресленими групами креативних індустрій, які вживаються суб'єктами публічного управління. На основі згрупованих видів економічної діяльності виділено додаткову групу «Креативна освіта». Відповідно до запропонованого поділу груп та даних Державної служби статистики за видами економічної діяльності, які належать до креативних індустрій проаналізовано стан розвитку креативних індустрій в Україні за період 2013 – 2019 років за кількістю суб'єктів господарювання, обсягом виготовленої продукції, обсягом доданої вартості та кількості зайнятого населення. Встановлено, що найбільш розвинутими напрямками креативних індустрій в Україні є нові медіа та інформаційно-комунікаційні технології, реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю та інші креативні послуги, література, видавнича діяльність та друковані засоби масової інформації та архітектура й урбаністика. За обмеженими даними про види економічної діяльності креативних індустрій у Львівському регіоні було проведено зіставлення наявних даних та результатів проведеного попереднього аналізу розвитку креативних індустрій в Україні, що дає змогу стверджувати про те, що креативні індустрії у Львівському регіоні розвиваються відповідно до загальноукраїнських трендів.

Розглянуто чинне стратегічне планування України у сферах, які є основними для впровадження смарт-спеціалізацій, а саме розвиток регіонів, вищої освіти, сфери інноваційної діяльності та економіки. Державна стратегія регіонального розвитку на 2021 -2027 рік ставить впровадження підходу смарт-спеціалізації як одне із завдань

для підвищення рівня конкурентоспроможності регіонів. В Національній економічній стратегії та Державній стратегії регіонального розвитку смарт-спеціалізація все ще зазначається як інструмент розвитку промисловості регіонів. У Стратегії вищої освіти України вказаний перелік завдань, які необхідно виконати для впровадження регіональних смарт-спеціалізацій. Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності визначає бар'єри та завдання для впровадження підходу смарт-спеціалізації. У розрізі опрацьованих державних стратегічних документів виділено спільні позитивні та негативні чинники, які впливають на розвиток регіонів, економічну ситуацію, розвиток вищої освіти та сфери інноваційної діяльності щодо впровадження підходу смарт-спеціалізації.

Досліджено аналогічні сфери державного стратегічного планування у сферах, які є основними для впровадження смарт-спеціалізацій, але із фокусом планування розвитку креативних індустрій та/або креативної економіки. Встановлено, що креативні індустрії та/або креативна економіка визначається лише у двох стратегічних документах, які були обрані для дослідження – в державній Стратегії регіонального розвитку та Національній економічній стратегії. Виділено, що креативні індустрії та/або креативна економіка визначаються як напрямок розвитку підприємництва, малого та середнього бізнесу, а також для збалансованого розвитку України. Беручи до уваги, обрання креативних індустрій для смарт-спеціалізації Львівським регіоном, було розглянуто стратегічне бачення розвитку креативних індустрій у зазначеному регіоні. Здійснено аналіз Стратегії розвитку Львівської області на період 2021-2027 років, Плану заходів з реалізації у 2021-2023 роках Стратегії розвитку Львівської області на період 2021 – 2027 років, Стратегії розвитку освіти Львівщини до 2027 року, а також Стратегії прориву Львова. Виділено галузеві стратегічні документи для аналізу: Стратегію розвитку Національного університету «Львівська політехніка», Плани заходів на 2019, 2020, 2021 роки, Стратегію розвитку Львівського університету імені Івана Франка.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК МЕХАНІЗМІВ ВПРОВАДЖЕННЯ СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ «КРЕАТИВНІ ІНДУСТРІЇ»

3.1. Моделювання механізмів публічного управління смарт-спеціалізацією «креативні індустрії»

Розвиток креативних індустрій демонструє важливість креативного потенціалу суспільства в економічній системі, а отже стає об'єктом публічного управління. Зміни в економічних системах західних країн через призму креативних індустрій впливають на глобалізаційні процеси творчості. Популяризація та пропаганда креативного підприємництва у країнах Європейського Союзу, Великій Британії, США, Східній Європі сприяють розвитку малого та середнього бізнесу, в основі якого виступає індивідуальний таланти, тобто відбувається капіталізація інтелектуальних ресурсів. Результатами діяльності креативних індустрій виступають креативні товари та послуги. Публічне управління креативними індустріями можливе на всіх етапах створення, виробництва та реалізації креативних змістів, які можуть набувати форми товарів та послуг для яких часто властивий нематеріальний характер.

Підприємницька діяльність у креативних індустріях охоплює традиційні елементи виробничого процесу як наявність ресурсів, процес виробництва та кінцевий результат. Публічне управління креативними індустріями можливе на кожному окресленому етапі, а також як на національному рівні, так і на регіональному, особливо коли мова йде про регіональну смарт-спеціалізацію у даному напрямку.

Специфіка впливу публічного управління на розвиток креативних індустрій, зокрема їхнє різноманіття (в Україні 34 види економічної діяльності), основа виробництва (культурна, технологічна, сировинна), а також те, що в креативних індустріях переважає індивідуальна зайнятість ускладнює класифікацію ресурсів за традиційною моделлю. Тому ми пропонуємо розглядати елементи виробничого

процесу, які необхідні креативним індустріям в підприємницькому процесі, через класифікацію подану на рис. 3.1.

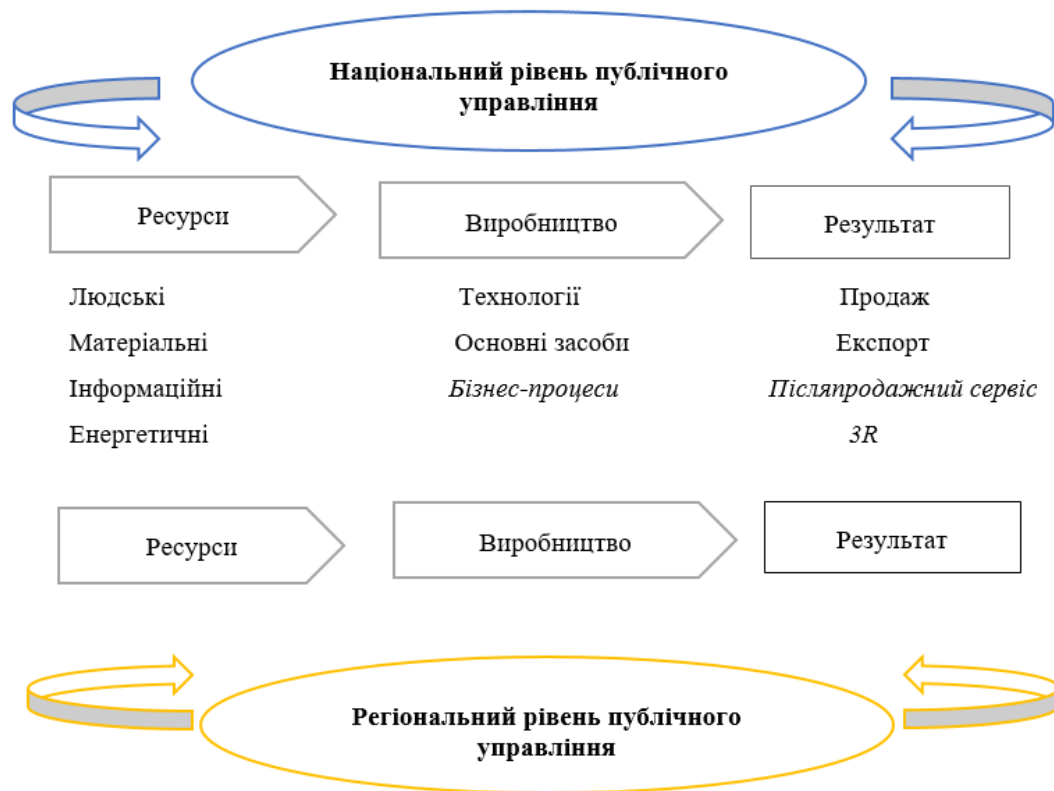


Рисунок 3.1. Вплив публічного управління на елементи виробничого процесу креативних товарів та послуг

Примітка: сформовано авторами на основі джерел Гладир, 2014; Болтянська, Андрєєва, Лисак, 2015.

Традиційна класифікація виробничого процесу в класифікацію «ресурсів» містить засоби праці, предмети праці та персонал. Під засобами праці розуміються речі, або їх комплекс, за допомогою яких людина виробляє життєві блага (Гладир, 2014). Під предметами праці заведено розуміти речі, на які спрямована праця і засоби праці (Назарова, 2019). Персонал – сукупність осіб, що виконують трудову діяльність (Назарова, 2019). Запропоновану нами класифікацію ресурсів для виробництва креативних товарів та послуг відносно традиційної класифікації можна інтерпретувати наступним чином. Під «персоналом» ми розуміємо людський капітал,

під засобами праці – матеріальні та енергетичні ресурси, а під предметами праці – інформаційні ресурси.

Експертами з державного управління чітко зазначається, що основним ресурсом в креативних індустріях є індивідуальний інтелектуальний талант, що складає в запропонованій класифікації виступає людським ресурсом. До людських ресурсів відносимо індивідуальний талант, знання та емоції, які є базовими поняттями для креативності. Люди, які зайняті в креативних індустріях використовують уяву, творчу енергію задля створення унікальності та нових цінностей.

Матеріальні ресурси містять всі фізичні ресурси необхідні людським ресурсам для можливості інтерпретації індивідуального таланту у процес виробництва та досягнення кінцевого результату (технічне забезпечення, обладнання, сировина, культурна спадщина). Також важливо зазначити і фінансові активи, які необхідні під час процесу виробництва креативних товарів та послуг.

Енергетичні ресурси стосуються використання в процесі виробництва креативного продукту матеріальних об'єктів, в яких зосереджена енергія, яку практично можливо застосувати.

До інформаційних ресурсів віднесемо нематеріальні активи, які використовуються у креативних індустріях, одночасно розуміючи що використання нематеріальних активів залежить від забезпеченості інформації про них (програмне забезпечення, культура, народна творчість, традиції).

Технології – це сукупність методів (способів) та послідовність дій в процесі перетворення ресурсів, що змінюють їхній стан на креативний товар та/чи послугу. Тобто це власне поєднання традиційних ресурсів виробництва: засобів праці, предметів праці та людського капіталу.

Основні засоби – засоби, які безпосередньо беруть участь у виробничому процесі або сприяють його здійсненню.

Результатами процесу виробництва креативного товару та/чи послуги є креативний продукт, який в наступному етапі виробничого процесу передбачає його

подальший продаж. Однак, відомою тенденцією у креативних індустріях є те, що результат виробничого процесу – креативний продукт чи послуга – може належати іноземному замовнику. Це стосується таких напрямків як ІТ, дизайн, маркетинг, архітектура та інші.

Слід додати, що до традиційної моделі функціонування будь-якої організації доцільно враховувати такі важливі, з огляду на сьогоднішні, тренд-елементи: бізнес-процеси, післяпродажний сервіс та гарантії, рециркулювання та утилізація.

Бізнес-процеси – це багатозначне поняття, і на сучасному етапі не існує єдино та чіткого означеного терміну. Усі визначення об'єднує насамперед акцентування уваги на тому, що бізнес-процеси є безперервними, мають певні входи (постачання ресурсів, виникнення ідеї бізнесу, ідеї нового продукту, послуги тощо) і виходи у вигляді продукту, що задовольняє потреби споживачів (Чорнобай та Дума, 2015).

Післяпродажний сервіс та гарантії – один з необхідних елементів процесу виробництва креативних товарів та послуг. Креативні продукти є результатами творчої праці, особливості роботи яких розуміють їхні безпосередні виробники.

Державне управління розвинених країн сприяє розвитку сучасній концепції «3R» у виробництві передбачає: англ. reduce – скорочення, англ. reuse – повторне використання, англ. recycling – рециркулювання (повернення в процес виробництва вторинної сировини). Процес виробництва відповідно до концепції передбачає спершу скорочення обсягу відходів, при подальшому їх утворенні – залучити у повторному використанні і у разі неможливості повторного використання – перероблюванні на вторинну сировину для іншого виробництва (Кокурин та Назин, 2022). В рамках процесу виробництва креативних товарів та/чи послуг, процес утилізації є можливим лише для поняття «креативний товар», тобто такий, який має фізичну форму.

При цьому основні елементи виробничого процесу креативних товарів та послуг (ресурси, виробництво, результат) мають формуватися у трикутнику взаємодії впливу державних, регіональних механізмів розвитку підприємництва та ініціативи з боку

підприємницьких структур. В кожному окремому випадку слід знаходити оптимальну комбінацію та поєднання таких механізмів та ініціатив. Суб'єктивно можна зазначити, що самі механізми на різних рівнях та підприємницькі ініціативи будуть взаємозалежними та викристалізовуватимуть один одного в процесі взаємодії та розвитку смарт-спеціалізацій.

Важливим чинником розробки механізмів публічного управління є зовнішні тренди не тільки політичні, але й економічні, демографічні, культурні тощо. Все вказує на те, що ця взаємодія є динамічна, а не статична. Оскільки, дає шанс тим організаціям креативних індустрій, які постійно ведуть пошук нових бізнес-моделей, ставати базисом для побудови бізнес-процесів організацій. Тому завдання державного управління та державних інституцій першими знаходити можливості для формування механізмів розвитку креативних індустрій, які сприятимуть розвитку смарт-спеціалізації. Тобто якщо країна в цілому хоче бути лідером в цій сфері, вона повинна ставати тренд-мейкером рис. 3.2.

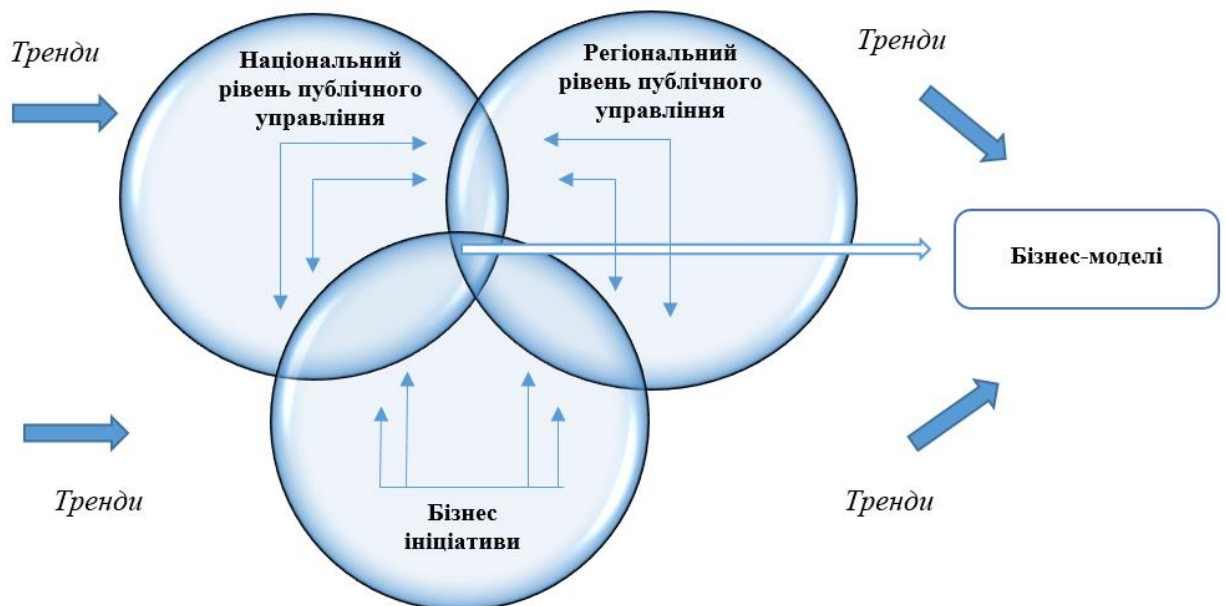


Рисунок 3.2. Вплив трендів на механізми публічного управління смарт-спеціалізацією «креативні індустрій»

Примітка: сформовано автором

Ефективність бізнес-процесів в процесі виробництва креативних товарів та послуг залежить від обраної бізнес-модель, конкурентоспроможність та вибір якої найчастіше визначається наявними регіональними механізмами розвитку смарт-спеціалізації.

Також держава та місцеві органи влади можуть сформувати такі механізми розвитку смарт-спеціалізації, які б спонукали до фокусування уваги підприємців на повному життєвому циклі продуктів та послуг, а саме закладання у споживання післяпродажного сервісу та утилізації, які ми навели на рис 3. 1.

Щобільше, можуть бути такі механізми як компенсаційні механізми харчової продукції (щодо пакувальних матеріалів), механізми екологічної компенсації (збереження навколишнього середовища), які спонукають до перенесення зони прибутків на після продажне обслуговування та утилізацію, інші механізми ревіталізації та перероблювання.

На нашу думку, актуальними та дієвими механізмами публічного управління розвитком креативних індустрій в Україні станом на 2022 рік є механізми наступних державних інституцій таких як Український культурний Фонд, Український фонд стартапів, Дія City, а також програмна підтримка на національному та регіональному рівнях (кредитна, освітня, фінансова).

Український культурний Фонд – державна установа, створена у 2017 році на підставі відповідного Закону України, з метою сприяння розвитку національної культури та мистецтва в державі, забезпечення сприятливих умов для розвитку інтелектуального та духовного потенціалу особистості і суспільства, широкого доступу громадян до національного культурного надбання, підтримки культурного розмаїття та інтеграції української культури у світовий культурний простір (Український культурний фонд, 2021).

Український фонд стартапів – державний фонд, започаткований за ініціативою Кабінету Міністрів України для сприяння створенню та розвитку технологічних стартапів на ранніх стадіях з метою підвищення їх глобальної

конкурентоспроможності. Фонд створений при Міністерстві фінансів України (Український фонд стартапів, 2021).

Дія City – унікальний правовий та податковий простір для ІТ-компаній в Україні, який поєднує комфортні податкові умови з ефективними інструментами, що дозволить компаніям будувати прозору корпоративну структуру, легше залучати іноземні інвестиції, долучати додаткові механізми для захисту нематеріальних активів (Дія City, 2022).

До національних програм сприяння розвитку креативних індустрій можна віднести державні освітні програми розроблені Міністерством освіти і науки України, Державну програму «Доступні кредити 5-7-9 %» (2020).

Прикладом регіональних програм сприяння розвитку креативних індустрій можна зазначити Програму сприяння інноваційному та науково-технічному розвитку Львівської області на 2021-2025 роки, яка спрямована на реалізацію стратегічної цілі «Конкурентоспроможна економіка на засадах смарт-спеціалізації» Стратегії розвитку Львівської області на період 2021-2027 років (Львівська обласна рада, 2021).

Важливо зазначити що перелічені вище сучасні механізми розвитку креативних індустрій на національному та регіональному рівні мають низку недоліків:

- суперечать один одному (наявні колізії);
- відсутність комплексності та збалансованості (за виробничим циклом діяльності організації, життєвим циклом продукту);
- відсутність гнучкості (не відповідає трендам);
- економічної доцільності (витрати на адміністрування суттєво перевищують отримуваний ефект від їх існування);
- нечітке інформаційне роз'яснення кінцевому бенефіціару його можливостей та прав.

Започаткування описаних механізмів не було орієнтоване безпосередньо на розвиток креативних індустрій в нашій країні, тому пропонуємо формувати державну політику, яка б формувала збалансований підхід до розвитку механізмів сприяння

смарт-спеціалізації «креативні індустрії». Тобто пропонуємо схему наведену вище на рис. 3.1.

Виходячи із запропонованої моделі етапів формування креативних товарів та послуг, слід визначати слабкі місця та розриви для розвитку креативних індустрій і формувати таргетні механізми розвитку.

Таргетні механізми розвитку креативних індустрій – це механізми, які сприяють розвитку креативних індустрій на кожному окремому етапі створення креативного товару чи послуги в залежності від специфіки конкретної індустрії. Таргетні механізми повинні діяти цілеспрямовано на конкретні елементи виробничого процесу креативних індустрій, а не включати комплекс заходів, які підтримують весь процес. Визначення слабких місць та розривів, які є характерними для кожного окремого виду креативних індустрій, що сприятиме ефективному застосуванню таргетних механізмів для подальшого розвитку забезпечуватиме економію витрат відносно елементів, які є важливими на різних етапах виробництва креативних товарів та послуг.

Виділимо ряд переваг таргетних механізмів:

- не розпорошують ресурси, що дуже важливо особливо в умовах після перемоги над російським фашизмом;
- фокусують увесь спектр державної підтримки на різних рівнях;
- чітке спрямування заходів із відсутністю побічних ефектів та негативних впливів.

До цілей таргетних механізмів публічного управління розвитком креативних індустрій відносимо:

1. Ідентифікація потреб кожного виду креативних індустрій на етапах виробничого процесу створення креативних товарів та послуг.
2. Формування інструментів публічного управління для кожного етапу виробничого процесу креативних товарів та послуг.

3. Сприяння розвитку креативних індустрій на конкретному етапі виробничого процесу створення креативних товарів та послуг в залежності від конкретного виду чи групи креативних індустрій.
4. Зосередження зусиль публічного сектору на конкретно визначених проблематиках окремих індустрій.

Завданням стратегічного розвитку регіону на засадах смарт-спеціалізації є підвищення його конкурентоспроможності, інноваційного розвитку та науково-технологічного прогресу. В поєднанні із реформою децентралізації державного управління, регіональна смарт-спеціалізація дозволяє формувати нові механізми та інституції для створення відповідних умов впровадження концепції. Це потребує дієвих механізмів публічного управління для стратегічного розвитку регіональних смарт-спеціалізацій і, як наслідок, можливостей для досягнення стратегічних цілей. Водночас сучасний стан економічної ситуації, інвестиційної привабливості та політичних умов характеризується мінливістю та нестабільністю, що також є підставою для використання таргетних механізмів розвитку креативних індустрій.

Таргетні механізми публічного управління розвитком креативних індустрій можуть застосовуватися на різних рівнях публічного управління рис. 3.3.

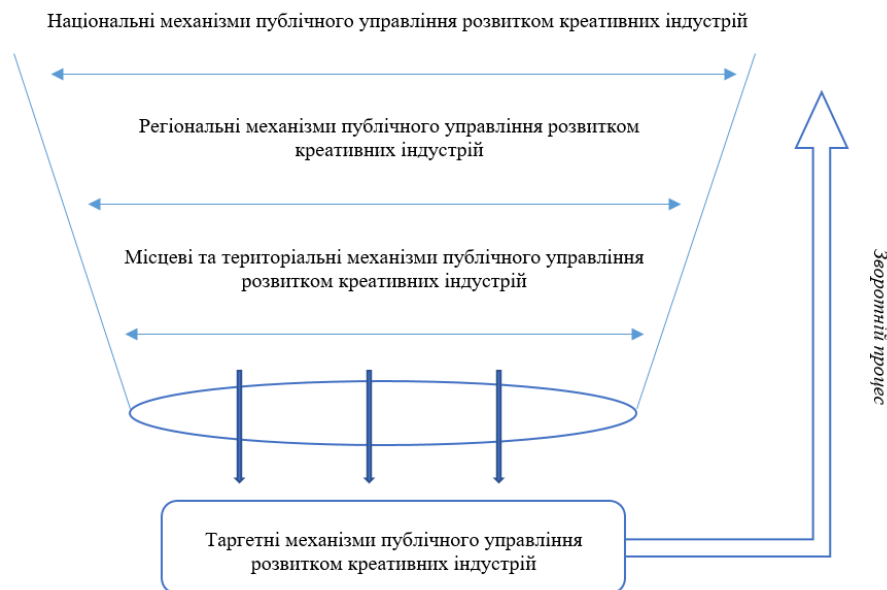


Рисунок 3.3. Воронка формування публічних таргетних механізмів розвитку креативних індустрій
Примітка: сформовано автором

Варто також зазначити, що для таргетних механізмів публічного управління розвитком креативних індустрій характерним буде і зворотний процес взаємодії між рівнями публічного управління. Оскільки, ми досліджуємо питання розвитку креативних індустрій в призмі нової регіональної політики, зокрема через концепцію «смарт-спеціалізації», і в процесі децентралізації, то можливість формування механізмів регіонального та національного рівня розвитку креативних індустрій цілком може базуватися на напрямках використання таргетних механізмів на рівні міст та громад. Регіональний рівень управління є визначальним у концепції смарт-спеціалізації. Механізми впровадження смарт-спеціалізації повинні сприяти трансформації економічної орієнтованості регіонів завдяки пріоритетності наукомістких галузей.

Можливість використання на всіх рівнях публічного управління таргетних механізмів розвитку креативних індустрій пов'язана із проблемами, які виникають з наявними на даному етапі механізмами публічного управління розвитком креативних індустрій в Україні. Оскільки, момент входження поняття «креативні індустрії» в площину публічного управління відбувся не так давно (2018 р.), то робота механізмів сприяння розвитку креативних індустрій на час здійснення даного дослідження на національному, регіональному та місцевому рівнях ще на етапі впровадження. Це дає підстави стверджувати, що таргетні механізми можуть відіграти важливу роль у формуванні механізмів публічного управління креативними індустріями, зокрема через концепцію смарт-спеціалізації.

Для чіткого розуміння принципів використання таргетних механізмів публічного управління розвитку креативних індустрій пропонуємо моделі їх використання на етапах виробництва креативних товарів та послуг зображених на рис. 3.1. та з окресленням конкретних цілей для подальшого розвитку рис. 3.4. На етапі входу, тобто забезпеченості ресурсами, таргетні механізми на різних рівнях публічного управління мають бути націленими на забезпечення конкретного фактора ресурсів, які є необхідними у процесі виробництва креативних товарів та послуг.

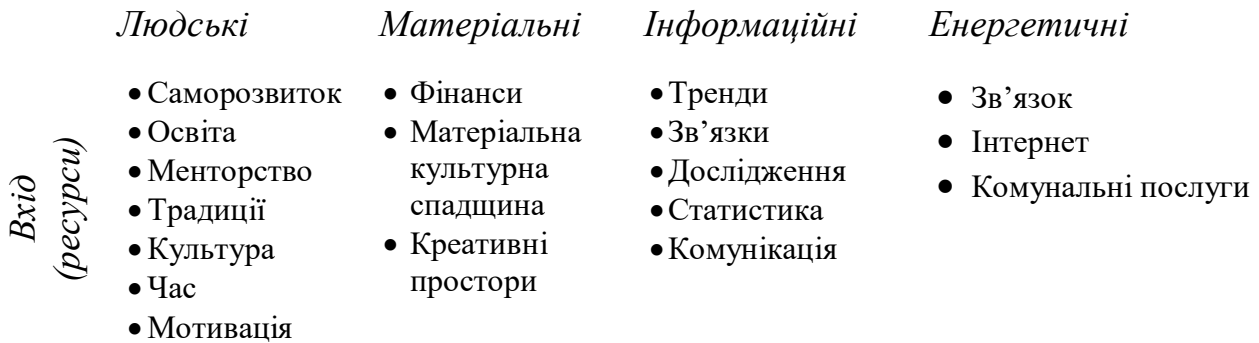


Рисунок 3.4. Модель використання таргетних механізмів публічного управління за цілями розвитку креативних індустрій на етапі входу у процесі виробництва креативних товарів та послуг

Примітка: сформовано автором

Креативні індустрії через широкий спектр класифікації, в Україні в тому числі мають значну кількість необхідних ресурсних факторів. В першу чергу саме щодо факторів людських ресурсів, які є основою феномену виникнення креативних індустрій як таких. Можливість зосереджувати публічне управління на різних рівнях на конкретних запропонованих елементах дозволить розробляти точкові інструменти впливу на розвиток креативних індустрій.

Актуальні механізми публічного управління, які на момент дослідження сприяють розвитку креативних індустрій на ресурсному етапі, зазначені у Законах України. Зокрема, Закон України «Про вищу освіту» (Кабінет Міністрів України, 2014с) механізм гарантії якості вищої освіти для інтеграції у Європейський простір: ЗНО, Болонський процес. Вища освіта у сфері креативних індустрій доступна коштом освітніх програм на різних кваліфікаційних рівнях: бакалавр, магістр та PhD. Також в Україні активно розвиваються приватні освітні послуги у вигляді навчальних курсів, тренінгів, які в першу чергу створюють можливості для саморозвитку у креативних індустріях – IT, дизайн, маркетинг, музика, хореографія, театральне мистецтво тощо. Однак, для впровадження концепції смарт-спеціалізації «креативні індустрії» на регіональному рівні повинні формувати запити до закладів освіти на підготовку фахівців різних освітніх рівнів відповідно до тих видів індустрій, які є актуальними в

регіоні. Економіка знань ґрунтується на використанні наукових та інтелектуальних здібностей населення країни. Сьогодні завдяки людському капіталу, який формується через систему освіти і науки, економіки розвинених країн стають орієнтиром для всіх. Конкуренція знань – основа конкурентоспроможності країни.

Прикладами механізмів публічного управління для забезпечення фінансових ресурсів на етапі входу є грантові програми на різних рівнях. На національному рівні в Україні з 2019 року запрацював Український фонд стартапів, який надає фінансову підтримку для розвитку українського інноваційного підприємництва. На регіональному рівні, зокрема на Львівщині, у 2021 році запрацювала Програма сприяння інноваційному та науково-технічному розвитку Львівської області на 2021-2025 роки, яка спрямована на реалізацію стратегічної цілі «Конкурентоспроможна економіка на засадах смарт-спеціалізації» Стратегії розвитку Львівської області на період 2021-2027 років.

Таргетні механізми публічного управління розвитком креативних індустрій на етапі виробництва або ж перетворення ресурсів на креативні товари чи послуги повинні бути націленими на зазначені цілі самого процесу кожного фактору рис. 3.5.

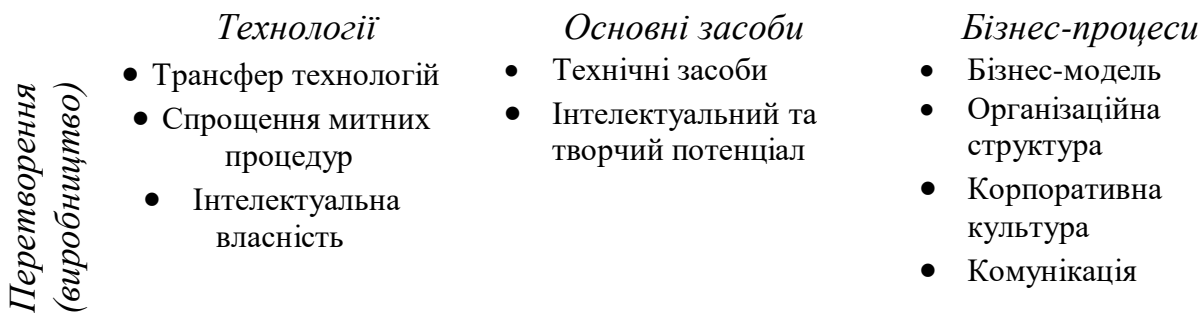


Рисунок 3.5. Модель використання таргетних механізмів за цілями публічного управління розвитком креативних індустрій на етапі виробництва креативних товарів та послуг
Примітка: сформовано автором

Процес перетворення ресурсів на креативні товари та послуги охоплює такі цілі таргетних механізмів, які залежать від:

- правового та законодавчого регулювання в (митні процедури, інтелектуальна власність);
- підприємницького таланту (корпоративна культура, комунікаційні процеси, бізнес-модель та організаційна структура);
- культури ведення бізнесу (трансфер технологій, експлуатація технічних засобів).

Публічне управління на даному етапі повинне формувати механізми з огляду на інституційну забезпеченість щодо управління процесом перетворення ресурсів на креативні товари чи послуги.

На останньому етапі виробництва креативних товарів чи послуг цілі для публічного управління через таргетні механізми розвитку креативних індустрій зазначені на рис. 3. 6. із врахуванням глобальних трендів в процесі реалізації товарів та послуг: післяпродажний сервіс та 3R.

	<i>Продаж</i>	<i>Експорт</i>	<i>Післяпродажний сервіс</i>	<i>3R</i>
<i>Вихід (результат)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Маркетинг • Споживачі • Клієнти • Канали збуту 	<ul style="list-style-type: none"> • Міжнародні зв'язки • Митні збори • Логістика 	<ul style="list-style-type: none"> • Гарантійне обслуговування • Технічна підтримка • Консультаційна підтримка 	<ul style="list-style-type: none"> • Ощадливе виробництво • Повторне використання матеріалів

Рисунок 3.6. Модель використання таргетних механізмів публічного управління за цілями для розвитку креативних індустрій на етапі виходу креативного товару чи послуги

Примітка: сформовано автором

Сьогодні механізми публічного управління розвитком креативних індустрій орієнтується на перші два етапи виробництва креативних товарів та послуг. Однак, рис. 3.6. демонструє що на етапі виходу креативного товару чи послуги існує значна кількість цілей для розробки нових механізмів – таргетних – які, будуть сприяти популяризації та глобалізації вітчизняних креативних товарів чи послуг.

Створення креативних просторів стає активним напрямком розвитку інфраструктури обласних центрів всієї України в останні роки, зокрема і з ініціативи органів місцевого самоврядування в таких містах як Київ, Львів, Івано-Франківськ та інші.

Динаміка розвитку знань та їхня актуалізація мають швидкі темпи. Концепція смарт-спеціалізації передбачає співпрацю між основними стейкхолдерами такими як освіта, наука, влада та бізнес. Перші кроки такої співпраці прослідковуються у спробах залучити заклади вищої освіти до спільної діяльності із бізнесом, тому цілком логічним є те, що для реалізації концепції смарт-спеціалізації через таргетні механізми може сприяти розвитку даної ініціативи на території освітньо-наукових установ. Інноваційна модель регіонального розвитку повинна починатися із вдосконалення системи освіти.

Проблеми у всіх закладів вищої освіти однакові і завдання теж – як стати цікавим для студента, викладача, бізнесу, а найголовніше керівництва. У всіх у нас схожі негаразди – старіння академічної спільноти, втрата ефективної взаємодії із бізнесом, втеча молодих талановитих студентів та науковців у бізнес-структури чи за кордон, низька мотивація у створенні інновацій та наукового розвитку. Найбільшою проблемою сучасних освітніх процесів є те, що теоретична та практична частина фокусуються на результаті в межах освітньої установи, а не в перспективі довгострокового розвитку. Недостатньо уваги надається впровадженню та реалізації освітніх досягнень, зокрема комерціалізації інноваційних рішень, ідей та розробок. Відсутність можливості тестувати рішення в сучасних умовах, а також недостатність підприємницьких умінь в учасників освітнього процесу. Окремі ЗВО виконують певні кроки для створення умов співпраці у векторі наука + підприємництво. На базі навчальних закладів за останні роки почали створювати простори для додаткових можливостей. У Західному регіоні України прикладом є Tech Startup School, як підрозділ Національного університету «Львівська політехніка». Також можемо

зазначити діяльність Tech Startup School як приклад роботи таргетного механізму розвитку креативних індустрій у Львівському регіоні.

Tech Startup School – інноваційне середовище для продукування та реалізації креативних ідей, успішних стартапів, яке має на меті допомогти новаторам під керівництвом бізнес-тренерів та менторів пройти шлях від ідеї до сформованої бізнес-моделі, залученню інвестицій та комерціалізації інноваційного проєкту (Tech Startup School, 2021).

Основна місія – створення можливостей на різних етапах інноваційного процесу. Правильне середовище із необхідною екосистемою дають змогу стимулювати навчання, пошук, творення та розвиток.

За 4 роки роботи підрозділу було сформовано наступні етапи інноваційного процесу рис. 3.7.



Рисунок 3.7. Етапи інноваційного процесу у інноваційній екосистемі

Примітка: сформовано автором на основі джерел Подольчак, Левицька, Іванкова, 2021.

Детальний опис діяльності Tech Startup School, як прикладу суб'єкта інноваційної екосистеми Львівщини, щодо забезпечення інноваційного процесу в рамках своєї діяльності відображено у табл. 3.1.

Таблиця 3.1.

Перелік можливостей Tech Startup School на етапах інноваційного процесу

Етап	Назва	Опис	Механізми
Навчання	Технології розробки стартапів	Вибіркова дисципліна для всіх спеціальностей. Вивчається в межах одного семестру студентами першого рівня вищої освіти	Стипендійні програми
	Startup Прорив	Навчально-конкурсна програма. Спільна співпраця стартаперів, інноваторів, підприємців, інвесторів та представників влади заради створення продуктів із високою доданою вартістю.	Грошові винагороди
	Creative Spark	П'ятирічна ініціатива для підтримки міжнародних університетських та інституційних партнерств задля розвитку підприємницьких навичок та креативної економіки. Реалізується за підтримки Британської Ради	Менторська підтримка Консультації
	CIG R&D Lab	Освітньо-стипендіальна програма для технічних закладів освіти України від Chernovetskyi Investment Group (CIG) – CIG R&D LAB. CIG – інвестиційна компанія, а також один із найбільших венчурних фондів у Східній Європі.	Стипендії Менторська підтримка
Протипування	Tech Labino	Лабораторія прототипування з фрезерним високоточним верстат із ЧПК (числовим програмним керуванням), лазерною установкою, 3D принтерами, різними ручними та електро-інструментами, VR-технологією. Є все необхідне для втілення творчих та наукових розробок.	Просування Фінансова підтримка
Тестування	Коворкінг	Можливість організувати перше робоче місце для креативних людей з перевагами та вигодами в сучасних умовах.	Трансфер технологій
	Startup Market	Платформа, яка дозволяє замовити товари чи послуги, які створені стартап-командами в межах співпраці з Tech Startup School.	Просування
	ASolution Hub	Платформа-провайдер кінцевих рішень, де користувачі можуть звертатися за консультаційними послугами, а також звертатися до експертів. Об'єднує організації із різними постачальниками рішень по всьому світу.	Просування
Фінансування	Start Era	Перша в Західному регіоні краудфандингова платформа.	Дофінансування Експертна оцінка

Продовження таблиці 3. 1.

Масштабування	SID City	Розвиток науково-технічної інноваційної діяльності в університеті, ефективного та раціонального використання наявного наукового потенціалу, матеріально-технічної бази для комерціалізації результатів наукових досліджень, їх впровадження на вітчизняному та закордонному ринках, посилення інтеграції науки, освіти та бізнесу в Україні, зокрема й шляхом залучення до його роботи інших закладів освіти, вищої освіти, наукових установ регіону	Фінансова підтримка Просування
	Tech Business School	MBA програма для управління інноваційними проектами. Умова для реалізації інноваційних ідей через бізнес-освіту в Україні.	Просування Менторська підтримка

Примітка: сформовано автором на основі джерел Подольчак, Левицька, Іванкова, 2021

Спектр можливостей представлений Tech Startup School на різних етапах інноваційного процесу забезпечує учасникам відсутність транзакційних витрат на етапах інноваційного циклу рис. 3.8. В межах діяльності однієї структури учасники інноваційного процесу забезпечені всім необхідним для проходження повного інноваційного циклу. Інноваційний цикл креативних компаній, зокрема стартапів, які розвиваються в середовищі Tech Startup School, складається із п'яти етапів: створення, запуску, зростання, розширення та виходу. Таргетні механізми публічного управління розвитком смарт-спеціалізації «креативні індустрії» також можуть використовуватися на всіх зазначених стадіях. Регіональний рівень публічного управління на стадії створення повинен формувати запити актуальних напрямків для подальшої підтримки на стадії запуску та зростання і сприяти виходу на зовнішні (міжнародні) ринки на стадіях розширення та виходу.

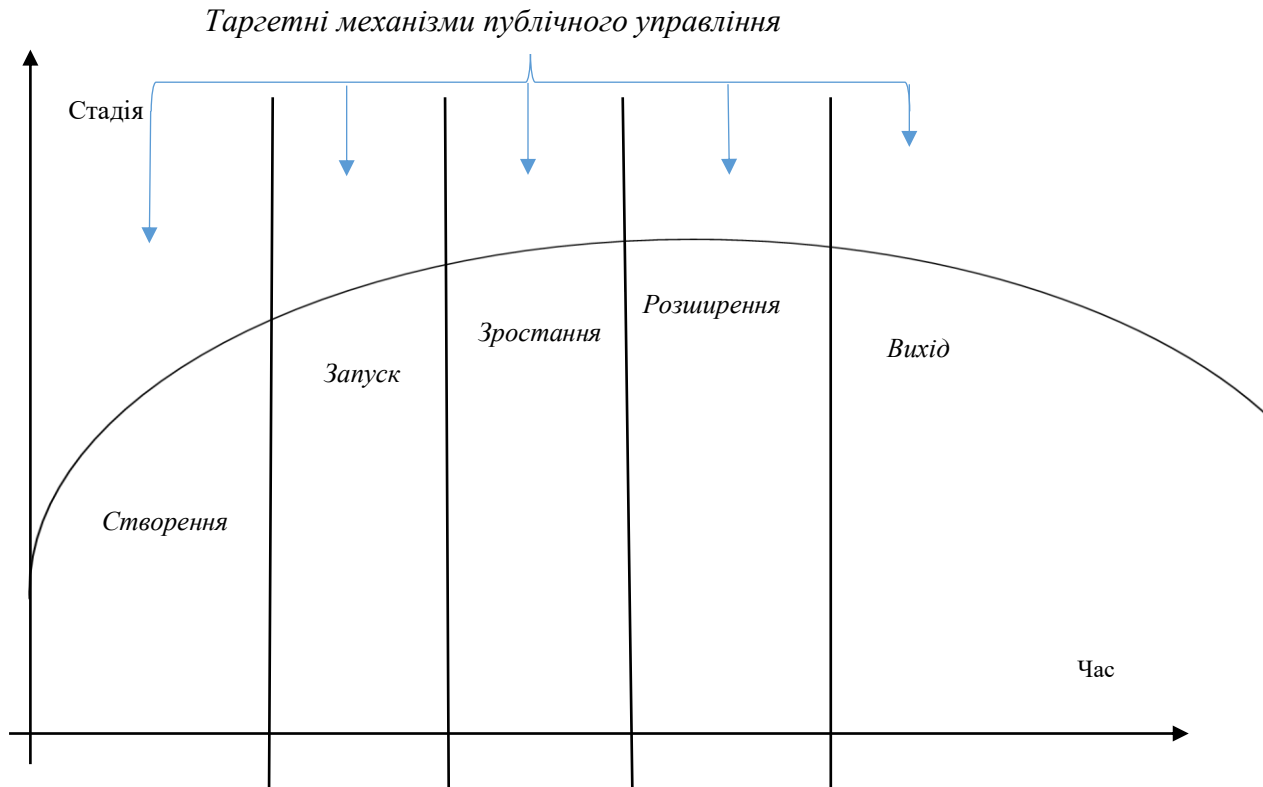


Рисунок 3.8. Таргетні механізми публічного управління в розрізі життєвого циклу інновацій

Примітка: сформовано автором на основі джерел Бланк та Дорф, 2018; Подольчак, Карковська, Левицька, 2021

З погляду впровадження концепції «смарт-спеціалізації» публічне управління регіонального рівня повинне орієнтувати таргетні механізми на підтримку та створення структур подібного типу, особливо для розвитку креативних індустрій. Першим етапом підтримки впровадження концепції смарт-спеціалізації, які в майбутньому повинні стати драйвером економіки регіону, є впровадження регіональних таргетних механізмів підтримки. В першу чергу, механізми повинні бути націленими на підтримку господарських структур, які є суб'єктами інноваційного процесу та відповідають обраним напрямкам смарт-спеціалізацій регіонів.

3.2. Ідентифікація факторів впливу на розвиток креативних індустрій для формування механізмів публічного управління смарт-спеціалізацією

Наявність окремого економічного сегмента, який формують креативні індустрії зумовлює необхідність розвитку публічного управління в даному напрямку. Аналіз розвитку креативних індустрій в українській економіці у пункті 2.1. демонструє позитивну динаміку. Важливим показником позитивного розвитку креативних індустрій в Україні є також і частка у структурі ВВП. В Україні за 2019 році креативні індустрії згенерували 3,94% доданої вартості української економіки (Міністерство культури та інформаційної політики України, 2021).

Креативні товари та послуги українського виробництва мають вплив на економічний та культурний розвиток, а також стають предметом популяризації національних особливостей та їхньої інтеграції на глобальні ринки. Як показує досвід Європейських країн, креативні індустрії достатньо чутлива сфера до змін, що своєю чергою потребує відповідних важелів в публічному управлінні. Дієвість таргетних механізмів публічного управління для розвитку смарт-спеціалізації «креативні індустрії» можливо забезпечити через розуміння впливу основних факторів.

Суспільні явища формуються під впливом не одного фактору. В умовах глобалізаційного розвитку креативних індустрій та особливостей створення креативних товарів і послуг за результатами нашого дослідження в попередніх частинах можемо висловити гіпотезу що формула успішного розвитку креативних індустрій залежить від таких факторів як люди, інвестиції, зовнішніх та внутрішніх умов, бізнес-моделі та підприємницького таланту. Це дає розуміння, що рівень розвитку креативних індустрій є явищем багатофакторним.

Методом оцінки впливу окреслених факторів на рівень розвитку креативних індустрій в Україні обрано кореляційно-регресивний аналіз. Голоскоков (2008) зазначає, що кореляційно-регресійний аналіз дозволяє не лише здійснити оцінку реальності впливу факторних ознак, а і визначити інтенсивність впливу факторів на

результативний показник. Результати аналізу будуть використані для прийняття управлінських рішень щодо розвитку креативних індустрій, зокрема через таргетні механізми.

Результуючою ознакою розвитку креативних індустрій в Україні є показник обсягу виготовленої продукції видами економічної діяльності, які закріплені Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24 квітня 2019 року.

Очевидним є факт того, що ключовим фактором розвитку креативних індустрій виступають люди, їхні індивідуальні таланти та знання практично на усіх етапах інноваційного циклу розвитку товарів та послуг. Єдиним виключенням є етап масштабування в якому найчастіше домінуючу роль відіграють фінансові ресурси у різних агрегованих станах. Однак, фінансові ресурси краще залучати від інвесторів із галузі креативних індустрій, які мають розуміння усіх публічних механізмів, які впливають на креативні індустрії та створюють сприятливі умови їх розвитку. Тому публічне управління та його механізми сприяння розвитку креативних індустрій в першу чергу має орієнтуватися на збільшення людського капіталу як домінуючого фактору. Людський капітал у креативних індустріях формується через національні та ментальні особливості, освіту, традиції, культуру, оточення, прагнення та здатність до саморозвитку, а також у розвитку підприємницьких здібностей. Виміряти людський капітал у креативних індустріях на даному етапі можливо завдяки показнику кількості зайнятих осіб за видами економічної діяльності, які належить до креативних індустрій.

Фінансовий ресурс, який використовується в процесі виробництва креативних товарів та послуг відображається через капітальні інвестиції, які стають внесками у придбання або виготовлення індивідуальними силами для власного використання матеріальних та нематеріальних активів.

Одним із факторів розвитку креативних індустрій виступають місце та час. Визначити вплив даного фактору єдиним показником не можливо, тому пропонуємо окреслити даний фактор через дві, на нашу думку, основні його інтерпретації:

зовнішній тренд – попит на вітчизняні продукти чи послуги на зовнішньому ринку, який є відображений у статистичних звітах щодо розвитку креативних індустрій в Україні, та внутрішній умови у вигляді інфраструктурного забезпечення.

Оцінка інфраструктурного забезпечення, як фактору впливу на розвиток креативних індустрій було визначено методом експертних оцінок. Результати опитування експертної групи показали, що також значний вплив мають бізнес-модель (як спосіб представлення індивідуальної цінності) та підприємницький талант.

Як зазначають дослідники Львівського регіонального інституту державного управління Новосад, Селіверстов та Артим (2009), що застосування кількісних методів експертного оцінювання, нерозривно пов'язане з необхідністю чіткого математичного та логічного обґрунтування, а в галузі державного управління та місцевого самоврядування ще й з апробацією в окремих органах з урахуванням специфіки конкретних напрямів діяльності (Мельник, 2018).

Нами було проведене опитування серед робочої групи, зібрання якої організував Департамент економічної політики Львівської обласної державної адміністрації, для обговорення розвитку смарт-спеціалізації «креативні індустрії». Робоча група складалася із представників органів публічного управління, громадських активістів, представників креативних індустрій та науковців. В рамках нашого дослідження, було запропоновано оцінити фактори, які впливали на розвиток креативних індустрій у період з 2016 по 2019 рік. Експерти обирають, які фактори, на їхню думку, сприяють розвитку креативних індустрій і розподіляють їх по місцях від 1 до 8 у порядку зниження впливу, де 8 – високий вплив, 1 – малий вплив та за умови, що відсутні однакові оцінки відносно кількох запропонованих факторів. Фактори впливу на розвиток креативних індустрій було обрано такі:

1. Інфраструктурне забезпечення.
2. Інституційна підтримка.
3. Економічна ситуація.
4. Бізнес-модель.

5. Підприємницький талант.
6. Стейкхолдери.
7. Державна підтримка
8. Зовнішні інвестиції.

Для аналізу результатів анкетування, тобто після того, як експерти здійснили оцінку запропонованих факторів впливу, ми обрали метод рангової кореляції, яку досліджували Грабовецький (2010), Башинська (2015), Балджи та Карпов (2013), та здійснили наступні кроки:

1. Формування матриці оцінок ранжированих факторів кожним експертом за прикладом 2019 року відображено у табл. 3.2..

Таблиця 3.2

Матриці оцінок експертів за 2019 рік

№ експерта	2019 рік							
	Номер фактору (n)							
	1	2	3	4	5	6	7	8
1	8	5	2	7	4	6	1	3
2	7	3	4	8	6	5	2	1
3	7	1	5	8	6	3	4	2
4	8	1	2	6	7	5	3	4
5	8	2	3	5	7	6	1	4
6	6	4	2	8	7	3	1	5
7	7	3	1	6	8	2	4	5
8	6	4	1	7	8	5	3	2
9	8	3	2	5	7	6	4	1
10	5	1	2	7	8	6	3	4

Примітка: сформовано автором на основі джерел Башинська, 2015.

2. Розраховуємо суму оцінок по рядках та стовпцях S_i та S_j за умовою що $\sum S_i = \sum S_j$.

3. Визначається середня сума по стовпцях (Башинська, 2015):

$$S_{\text{сер}} = \frac{\sum S_i}{n} \quad (3.1.)$$

де n – кількість ранжированих факторів, шт.

4. Від кожної суми по стовпцях віднімається середня сума по стовпцях (Башинська, 2015):

$$S_j - S_{\text{сєр}} \quad (3.2.)$$

5. Кожна отримана величина підноситься до квадрату $(S_j - S_{\text{сєр}})^2$ та підраховується загальна сума $\sum(S_j - S_{\text{сєр}})^2$ (Башинська, 2015).

Результат обрахунків оцінок експертів за 2019 рік представлені у таблиці 3.3., результати обрахунків оцінок експертів за 2018-2013 років – у додатку Д.

Таблиця 3.3

Зведена матриця оцінок експертів за 2019

№ експєрта	Номер фактору (n)								<i>n=8</i>
	1	2	3	4	5	6	7	8	<i>S_i</i>
1	8	5	2	7	4	6	1	3	36
2	7	3	4	8	6	5	2	1	36
3	7	1	5	8	6	3	4	2	36
4	8	1	2	6	7	5	3	4	36
5	8	2	3	5	7	6	1	4	36
6	6	4	2	8	7	3	1	5	36
7	7	3	1	6	8	2	4	5	36
8	6	4	1	7	8	5	3	2	36
9	8	3	2	5	7	6	4	1	36
10	5	1	2	7	8	6	3	4	36
<i>S_j</i>	70	27	24	67	68	47	26	31	360
<i>Сєредній ранг</i>	7	2,7	2,4	6,7	6,8	4,7	2,6	3,1	
<i>Ранг фактору</i>	1	6	8	3	2	4	7	5	
<i>S_{сєр}</i>									45
<i>S_j - S_{сєр}</i>	25	-18	-21	22	23	2	-19	-14	
<i>(S_j - S_{сєр})²</i>	625	324	441	484	529	4	361	196	
<i>∑(S_j - S_{сєр})²</i>									2964
<i>m</i>									10
<i>m² × (n³ - n)</i>									50400

Примітка: сформовано автором

В результаті проведених обчислень у 2019 році найбільш значимими факторами впливу на розвиток креативних індустрій є фактори під номерами 1, 4 та 5, а саме – інфраструктурне забезпечення, бізнес-модель та підприємницький талант. За результатами обчислень у 2018 – 2013 роках зазначені фактори також є значимими та

здійснювали найбільший вплив на розвиток креативних індустрій, незважаючи на те, що вони змінювали послідовності рангів значимості.

Оскільки, в опитуванні брали участь десять експертів, то доцільно визначити рівень узгодженості їхніх думок щодо оцінки факторів впливу на розвиток креативних індустрій у 2013 – 2019 роках.

б. Для оцінки узгодженості думок експертів розрахуємо коефіцієнт конкордації (W) за формулою (Балджи, Карпов та Ковальов, 2013):

$$W = \frac{12 \times \sum (S_j - S_{cp})^2}{m^2 * (n^3 - n)} \quad (3.3)$$

Результати обчислень представлені у таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

Коефіцієнти узгодженості думок експертів

	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013
W	0,7057	0,7014	0,4204	0,6266	0,4571	0,3533	0,3261

Примітка: сформовано автором

Для інтерпретації значень коефіцієнтів конкордації у період з 2013 по 2019 роки використаємо шкалу для оцінки коефіцієнтів рангової кореляції. Значення у 2019, 2018 та 2016 роках показує хорошу узгодженість думок, оскільки потрапляє в межі від 0,6 до 0,8; у 2017 та 2015 роках спостерігається помітна узгодженість думок; у 2014 та 2013 роках – слабка узгодженість думок. Враховуючи те, що 2013 та 2014 роки були багатими на історичні події та змінили хід становлення та вектор розвитку нашої держави, то слабка узгодженість думок експертів щодо факторів розвитку креативних індустрій є прийнятною.

Характеристика результуючої ознаки та основних факторних впливу відображені у таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Змінні, які використано для побудови кореляційно-регресійного аналізу

Назва змінної	Позначення змінної	Зміст змінної
Обсяг виготовленої продукції за видами економічної діяльності, які належать до креативних індустрій	Y	Відображає грошове вираження товарів та послуг, виготовлених видами економічної діяльності, які належать до креативних індустрій
Кількість зайнятих осіб за видами економічної діяльності	X_1	Відображає загальну суму зайнятих осіб за видами економічної діяльності, які належать до креативних індустрій
Інвестиції залучені до креативних індустрій	X_2	Відображає відсоток капітальних інвестицій у креативні індустрії від сукупного обсягу капітальних інвестицій
Попит на зовнішньому ринку на вітчизняні креативні товари та послуги	X_3	Показник відображає затребуваність креативних товарів та послуг на глобальних ринках
Інфраструктурне забезпечення (Внутрішні умови)	X_4	Показник відображає стан інфраструктурного забезпечення для розвитку креативних індустрій в Україні
Бізнес-модель	X_5	Показник відображає рівень впливу обраної бізнес-моделі на розвиток креативних індустрій
Підприємницький талант	X_6	Показник відображає рівень впливу підприємницького таланту на розвиток креативних індустрій

Примітка: сформовано автором

Отже, результати експертного оцінювання використаємо для багатofакторного кореляційно-регресійного аналізу оцінки міри впливу кожного описаного вище фактору на результативний показник, який в нашому дослідженні є обсягом виготовленої продукції за видами економічної діяльності, які належать до креативних індустрій. Зведені статистичні дані та результати експертного оцінювання представлені у таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

Статистичні дані факторів впливу на розвиток креативних індустрії для розрахунку коефіцієнта кореляції за 2013 – 2019 роки

	Обсяг виготовленої продукції за видами економічної діяльності, як належать до креативних індустрій	Кількість зайнятих осіб за видами економічної діяльності	Частка капітальних інвестицій залучених до креативних індустрій	Попит на зовнішньому ринку на вітчизняні креативні товари то послуги	Внутрішні умови	Бізнес-модель	Підприємницький талант
	У	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆
	Млн. грн	Кі-сть осіб	%	%	бали	бали	бали
2019	287949328	349 454	1, 46	1	7	6,7	6,8
2018	236061498,7	308 329	1, 35	1, 2	7,1	6,8	6,4
2017	180444108,2	282761	1, 30	1, 2	6,0	6,8	6,2
2016	136618162,3	262105	1, 37	1, 1	6,6	6,5	6,8
2015	93798048,1	249132	1,17	1,2	6,7	6,4	6,1
2014	73026751,3	259877	1,1	1,4	6,8	6,3	5,5
2013	67393338	252259	1,25	1,4	7	6	5

Примітка: сформовано автором на основі джерел Галасюк, Гужва, Серебрянська, Іванок, Комендо та Митник, 2021; Державна служба статистики, 2021b; Державна служба статистики, 2021d; Додатку Д.

Оскільки, дані таблиці для кореляційно-регресійного аналізу відображені у різних одиницях вимірювання, то скористаємося перетворенням даних для більш релевантного аналізу та інтерпретації результатів шляхом нормування за формулою (Опря, 2012):

$$x_{new} = \frac{x_i - \bar{x}_i}{\sigma_{x_i}}, \quad (3.4)$$

де x_i – відоме значення факторної ознаки;

\bar{x}_i – це вибіркове середнє значення в x_i ;

σ_{x_i} - це середнє квадратичне відхилення.

У перетворенні використовується \bar{x}_i - вибіркве середнє значення i - тої змінної, σ_{x_i} - її ж вибіркве середньоквадратичне відхилення. Середнє квадратичне відхилення σ розраховуємо за наступною формулою (Опря, 2012):

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2 f_i}{\sum f_i}} \quad (3.5)$$

Розрахунки нормалізації даних з таблиці 3.6. здійсненні з використанням Microsoft Excel та представлені у таблиці 3.7.

Таблиця 3.7

Нормалізовані статистичні дані факторів впливу на розвиток креативних індустрій за 2013 – 2019 роки

	Обсяг виготовленої продукції за видами економічної діяльності, як належать до креативних індустрій	Кількість зайнятих осіб за видами економічної діяльності	Частка капітальних інвестицій залучених до креативних індустрій	Попит на зовнішньому ринку на вітчизняні креативні товари то послуги	Внутрішні умови	Бізнес-модель	Підприємницький талант
	У	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆
σ	78702458,57	133871,495	0,1139	0,1355	0,3458	0,2747	0,6151
2019	1,7068881	2,6103689	1,5288268	-1,581138	0,7435731	134336294,5	1,1147728
2018	1,0475970	0,2074334	0,5639115	-0,105409	0,3688358	1,039750	0,464488
2017	0,3409178	0,0164443	0,1253136	-0,105409	-2,1481002	1,039750	0,1393466
2016	-0,215938	-0,1378528	0,7393506	0,8432740	-0,413096	0,3119251	1,1147728
2015	-0,7600141	-0,2347592	-1,0150407	-0,1054092	-0,123928	-0,4159001	-0,0232244
2014	-1,02393602	-0,1544957	-1,6290777	1,37032031	0,1652384	-0,7798128	-0,9986506
2013	-1,0955146	-0,2114010	-0,3132841	1,3703203	0,7435731	-1,8715508	-1,8115058

Примітка: сформовано автором

Оскільки ми пропонуємо формування таргетних механізмів розвитку креативних індустрій, то потрібно побудувати багатофакторну лінійну регресійну модель стану розвитку креативних індустрій, визначити вплив факторів на обсяг виготовленої продукції за видами економічної діяльності, як належать до креативних індустрій та виявити найвпливовіші фактори для визначення конкретних напрямків формування таргетних механізмів.

1. Розрахуємо парні коефіцієнти кореляції з використанням сервісної функції «Кореляція» надбудови «Аналіз даних» у Microsoft Excel, побудуємо кореляційну матрицю і здійснимо її статистичний аналіз рис. 3.9.

	y	x1	x2	x3	x4	x5	x6
y	1						
x1	0,79002	1					
x2	0,83801	0,68336	1				
x3	-0,8613	-0,80973	-0,65076	1			
x4	0,01895	0,33689	0,06074	0,01301	1		
x5	0,69683	0,98881	0,62414	-0,76644	0,36951	1	
x6	0,74584	0,50871	0,71798	-0,6969	-0,19566	0,4551	1

Рисунок 3.9. Матриця парних коефіцієнтів кореляції

Примітка: сформовано автором

З рисунку 3.9. можемо зробити висновки, що найбільший вплив на обсяг виготовленої продукції за видами економічної діяльності, які належать до креативних індустрій здійснюють такі корелюючі величини як кількість зайняти осіб, тобто людський капітал, капітальні інвестиції, які вкладає людський капітал, бізнес-модель як спосіб створення цінності товарів чи послуг, а також підприємницький талант, що також є особливістю, яка притаманна людському капіталу, який зайнятий у креативних індустріях.

1. Для вивчення множинної кореляції застосуємо прямолінійне рівняння регресії, яке дозволить оцінити вплив кожного окремого фактору при фіксованому значенні інших факторів. Формула лінійного рівняння множинної регресії має вигляд (Сімахова, 2016; Шарова, 2015):

$$\bar{y}_x = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_nx_n \quad (3.6)$$

де, \bar{y}_x - результуюча ознака,

a_0, a_1, a_2, a_n – невідомі параметри рівняння,

x_1, x_2, x_n – факторні ознаки

2. Застосувавши сервісну функцію «Регресія» надбудови «Аналіз даних» у Microsoft Excel, побудуємо кореляційну матрицю і здійсимо її статистичний аналіз.

Рис. 3.10.

	Коефіцієнти	Стандартна похибка
Y-перетин	0,183557676	0
Змінна X 1	3,392350119	0
Змінна X 2	0,167637647	0
Змінна X 3	-0,218431353	0
Змінна X 4	-0,019791829	0
Змінна X 5	-5,98433E-08	0
Змінна X 6	0,107849672	0

Рисунок 3.10. Результати отриманих даних про параметри рівняння

Примітка: сформовано автором

В результаті проведених розрахунків модель залежності між обсягом виготовленої продукції за видами економічної діяльності, які належать до креативних індустрій та факторами розвитку креативних індустрій можна інтерпретувати рівнянням виду:

$$y = 0,1835 + 3,3923x_1 + 0,1676x_2 - 0,2184x_3 - 0,0198x_4 - 5,9843x_5 + 0,1078x_6 \quad (3.7)$$

Результати розрахунку параметрів рівняння множинної регресії також свідчать, що модель є адекватною, оскільки R – коефіцієнт детермінації становить 1, тобто вплив факторних ознак є 100% на результуючу ознаку – обсяг виготовленої продукції за видами економічної діяльності, що належать до креативних індустрій. Це дає підстави стверджувати про безпосередній вплив обраних факторів на значення дискримінантної функції.

Висновки щодо впливу незалежних змінних – кількості зайнятих осіб, частки капітальних інвестицій, попиту на зовнішньому ринку, інфраструктурного забезпечення, бізнес-моделі, підприємницького таланту – на результуючу ознаку – обсягу виготовленої продукції за видами економічної діяльності, як належать до креативних індустрій наступні в період з 2013 по 2019 рік:

1. Найбільший вплив на результат діяльності креативних індустрій за аналізований період має людський капітал, що підтверджує феномен виникнення креативних індустрій як таких.

2. Помітний вплив здійснювали капітальні інвестиції, які залучені в процес створення креативних товарів та послуг, а також підприємницький талант, який притаманний залученому людському капіталу і сприяє розвитку креативних індустрій.

3. Від'ємного значення набув коефіцієнт факторної ознаки як попит на зовнішніх ринках, що є ознакою слабких механізмів підтримки експорту креативних товарів та послуг. Формування механізмів публічного управління для розвитку смарт-спеціалізації «креативні індустрії» має врахувати даний факт. Оскільки, концепція смарт-спеціалізації передбачає створення конкурентоспроможних інноваційних товарів та послуг на міжнародних ринках.

4. Інфраструктурне забезпечення, як фактор впливу на обсяг виготовленої продукції суб'єктами креативних індустрій також набув від'ємного значення. Створення умов для розвитку інфраструктурного забезпечення на регіональному рівні є одним із перших напрямків щодо формування публічних механізмів розвитку смарт-спеціалізації «креативні індустрії».

5. Вплив фактору бізнес-моделі теж набуло від'ємного значення, що є ознакою не достатньо дієвого способу створення цінності від людей, які зайняті в креативних індустріях. Зміни впливу даного фактору можливі через розвиток навчальних програм, тренінгів та менторства для використання кращих практик.

Аналіз факторів впливу на розвиток креативних індустрій в Україні продемонстрував наявні слабкі ланки у даному напрямку. Подальше використання результатів відобразатиметься у формуванні механізмів публічного управління смарт-спеціалізацією «креативні індустрії» на регіональному рівні.

3.3. Інфраструктурне забезпечення як фактор впливу механізмів публічного управління для реалізації смарт-спеціалізації «креативні індустрії»

Конкурентна позиція України є нестійкою, за даними світових рейтингів. На сьогодні, в Україні спостерігається низький рівень застосування у виробництві інновацій та новітніх технологій, а технологічні стандарти економіки України значно відстають від світового рівня (Данилович-Кропивницька та Левицька, 2019). Експертний звіт Міжнародного економічного форуму в Давосі сигналізує про низький рівень показника здатності українського бізнесу залучати таланти, що різко знижує конкурентоздатність національної економіки та блокує розвиток й ефективне застосування наявного людського капіталу України через відсутність дієвих механізмів публічного управління.

Згідно з Індексом конкурентоспроможності за показником здатності країни до втримання талантів, Україна є однією з останніх серед держав світу. Низький рівень можливостей самореалізації в Україні, відсутність необхідних освітніх та наукових просторів, належної матеріально-технічної бази для проведення досліджень веде до відтоку значної частини молоді та висококваліфікованих спеціалістів, зокрема науковців і винахідників для роботи за кордоном, створюючи високу додану вартість для економік інших держав. Крім того, в Україні поширюється негативна тенденція зростання кількості громадян, які виїжджають за кордон для навчання.

Підхід смарт-спеціалізації повинен сформувати комплексний механізм для підвищення конкурентоспроможності України. Конкретні напрямки інноваційної діяльності кожного регіону, співпраця з бізнесом, комерціалізація наукових результатів через підтримку та регулювання регіональним управлінням сприятимуть синергетичному ефекту, який позитивно впливатиме на конкурентоспроможність.

Враховуючи причини, які призвели до низького показника втримання талантів в Україні, а також практики країн, які лідирують за даним показником, то основним

фактором впливу держави на підтримку та стимулювання інноваційного розвитку є сприяння створенню інноваційної інфраструктури.

Європейські дослідження впровадження концепції смарт-спеціалізації наголошують на значенні мережевих структур через різноманітність та відкритість зв'язків між агентами регіональної інноваційної політики. В основі проблематики функціонування мережевих структур знаходиться полярність продукування інновацій та можливість їхнього використання. В Україні аналогія проблеми прослідковується у обмеженості можливостей для створення інновацій, а на наступному етапі – здатність до їхньої мобільності та поширення. Такий тип проблеми розвитку регіональної інноваційної політики повинен вирішуватися у взаємоузгодженості управлінських рівнів: регіонів, які готові створювати інституційні мережі для розвитку, наприклад об'єкти інноваційної інфраструктури, та територіальних громад, які б ініціювали необхідність реалізації та функціонування таких об'єктів.

Інноваційна інфраструктура забезпечує функціонування механізму інноваційної діяльності, яка є невіддільним елементом впровадження концепції смарт-спеціалізації.

Оскільки, в нашому дослідженні ми зосереджуємося на публічних механізмах смарт-спеціалізації «креативні індустрії», то розглянемо актуальні напрямки формування інноваційної інфраструктури для розвитку креативних індустрій.

У дослідженні Jason Potts та Stuart Cunningham (2008) виділяють чотири моделі взаємодії культури та економіки в державі. Четвертою моделлю є Інноваційна модель держави (Innovation model) згідно з якою креативні індустрії не є сектором як таким, їх коректніше розглядати як складову частину національної інноваційної системи. Культура змінює економічні процеси й вважається суспільним благом у динамічному сенсі. За таких умов культура та креативні галузі стають об'єктом національної інноваційної політики з усіма відповідними наслідками.

У країнах Європейського Союзу креативні індустрії вже багато років є прибутковим сектором економіки. Вони інтегровані в міський простір, пов'язані з

процесами створення громадами свого суспільства, демократизації та розвитком прав і свобод (Холодницька, 2018).

Для розвитку креативних індустрій регіон політично повинен бути спрямованим на певні умови, зокрема забезпечувати «Soft infrustructure». Soft infrustructure – це передусім інфраструктура знання або людський капітал: включно з інституціями, ідеями, культурними нормами, концептами і рішеннями (Скиба, 2016).

Характерною особливістю креативних індустрій сьогодні є те, що вони розвиваються переважно в містах, особливо в тих, де ринок уже насичений споживчими товарами, функціонує розвинута соціальна сфера та спостерігається високий рівень доходів населення. Висока якість життя та стандартів міського обслуговування підвищує економічну і соціальну динаміку, що сприяє формуванню конкурентних переваг перед ін. територіями (Карасьова, 2019а).

Способами розвитку інноваційної інфраструктури держави для креативних індустрій є:

- ревіталізація;
- розбудова нових об'єктів;
- створення в межах наявних об'єктів.

Оскільки, законодавство України визначає 34 види економічної діяльності, які належать до креативних індустрій, що своєю чергою означає запит різноманітного інфраструктурного забезпечення в процесі своїх життєвих циклів та етапах виробництва креативних товарів та послуг.

Органи місцевого самоврядування міста Львова позиціонують місто із найбільшим креативним потенціалом в Україні. Це відображається у Стратегії прориву 2027 (Львівська міська рада, 2019b), де головна ціль – стати креативним центром не лише України, а й в міжнародному просторі.

Львів має найвищий загальний показник розвитку та збалансованості креативних індустрій (1.48). За дослідженням CEDOS він випередив Одесу (1.47), Харків (1.09), Дніпро (0.93) та Київ (0.93). Також саме культурна столиця України має

найвищий індекс «громадської активності, людиноцентричних цінностей та доброго врядування» (CASES, 2021).

Актуальний стан використання способів розвитку інноваційної інфраструктури держави для креативних індустрій в межах Львівщини демонструє, що всі приклади зосереджені в регіональному центрі – місті Львів. Розглянемо детальніше всі способи.

Ревіталізація не функціонуючих об'єктів промисловості – дієвий спосіб творчого руйнування в сучасній концепції інноваційного розвитку. Ревіталізація найкращим способом підкреслює творчі особливості креативного сектору, що визначає даний процес як одну із тенденцій розвитку креативних індустрій в світі і сприяє формуванню цілих креативних кварталів у містах, які мають достатню концентрацію креативно-активного населення. Такі території характеризуються об'єднанням різних напрямків креативності та творчості в межах однієї території.

Приклади ревіталізації у Львові, напрямки роботи та сучасний стан показані у табл. 3. 8.

Таблиця 3. 8

Об'єкти ревіталізації у м. Львів для розвитку креативних індустрій

<i>Сучасна назва</i>	<i>Об'єкт ревіталізації</i>	<i>Напрямки роботи</i>
Fest Republic	Завод «Галичскло»	Мережа «FEST» викупила територію у 2016 році з планами створити тут креативне містечко або ж квартал для працівників мережі. За 5 років територія заводу перетворилася у культурний осередок міста. Тут проводяться фестивалі, концерти, вечірки, виставки, майстер-класи, навчання та тренінги, функціонують заклади мережі «FEST».
Lem Station	Трамвайне депо на перехресті вулиць Стрийської та Сахарова	У 2017 році територія старого трамвайного депо на перехресті вулиць А. Сахарова та Д. Вітовського було передано в оренду на 50 років ТзОВ «Лем Стейшн» для організації інноваційного креативного простору через залучення місцевих та іноземних інвесторів. Станом на 2021 рік територія депо використовується для проведення культурних подій регіону та країни. За перші чотири роки функціонування тут провели міський фестиваль кави, Lviv Mozart Art, Leopold Jazz Fest, а також ряд виставок, ярмарків тощо. Однак, роботи, пов'язані із реконструкцією території, не розпочаті.

Продовження табл. 3. 8.

Jam Factory Art Center	Комплекс будівель Фабрики Повидла	Фабрика Повидла була викуплена у 2015 році приватною фундацією Harald Binder Cultural Enterprises, а ревіталізацію здійснюють в рамках проєкту «Urban куратори». план реалізації демонструє, що простір поєднуватиме в собі театральний корпус, виставковий корпус та багатофункціональне подвір'я, а реалізовуватиметься через принципи енергоефективності та повторного використання матеріалів. У 2021 році на території Фабрика Повидла вже функціонує виставковий простір, діє екскурсійний маршрут, проводяться заходи у театральному напрямку.
KIVSH	Цехи Львівського заводу автотранспорту	Проект реалізується з 2020 року. Мета простору – гнучка комерційна площа для ІТ-сфери, лабораторії, навчальні заклади та різноманітні креативні студії. Портал Львівської міської ради зазначає, що KIVSH об'єднуватиме п'ять векторів: приміщення для роботи та партнерства, локацію спорту, краси та здоров'я, територію смаку, освітній вектор та локацію мистецтва. З грудня 2021 року простір KIVSH офіційно розпочав комерційну діяльність.
ReZavod	Львівський завод радіоелектронної медичної апаратури	Простір ReZavod сьогодні функціонує як окремі локації для оренди підприємцям-початківцям. На цей момент відсутнє централізоване об'єднання резидентів під назвою простору. Розвиток території відбувається повільно, оскільки у заводу не відомий власник.
Бізнес-центр «Промисловий» вул. Промислова, 50/52	Школа фабрично-заводського навчання львівського м'ясокомбінату	Половина площі бізнес-центру є ревіталізованою. На цей момент перевагою над іншими просторами є те, що пропонується проєктування та створення комфортного робочого простору під унікальні потреби замовника, а також оренда та продаж офісів і шоу-румів з комфортним плануванням, унікальним ремонтом, сучасним затишним інтер'єром та багатьма іншими зручностями. На території є паркінг, ресторан, кафе, кав'ярня, відділення банку, спортивний клуб та рекреаційні зони.
Бізнес-сіті «Технопарк» вул. Героїв УПА, 72	Завод телеграфної апаратури	Це масштабний проєкт девелоперської компанії «Технопарк», зареєстрований ще у 2002 році. Філософія розвитку Бізнес-сіті базується на трьох головних принципах: гнучкі умови оренди, багате зручне розташування та інфраструктурне оточення. На території є транспортна, ресторанна, банківська інфраструктура.

Примітка: сформовано автором на основі джерел Львівська міська рада, 2021; Твоє Місто 2017; Твоє Місто, 2018; Jam Factory, 2019; LvivTravel, 2021; OKKO GROUP, 2021; PROMYSLOVY, 2021; ZAXID.NET, 2017.

У розрізі зазначених прикладів ревіталізації у місті Львові можна зробити висновок, що їм притаманні різні функціональні особливості та цільові напрямки роботи. Зокрема, два останні приклади ревіталізації мають виключно бізнес-спрямування – території займають приватні компанії для досягнення комерційної вигоди, в тому числі і компанії, які відносяться до креативних індустрій за видами економічної діяльності. Три приклади з початку таблиці 3.9 сприяють розвитку творчого осередку в місті.

Наступною тенденцією є розбудова нових об'єктів інноваційної інфраструктури.

У 2019 році відкрився Futura Hub – найбільший коворкінг у Львові. Комплекс належить до «преміальної» мережі коворкінгів – Coworking Platforma, який має ще три коворкінги у місті Київ і позиціонують себе як найбільша мережа коворкінгів в Україні (Львівська міська рада, 2019а). Зазначається, що комплекс у Львові поєднує сучасне мистецтво, емоційний релакс, конструктивні бізнес-рішення та гастрономічне задоволення. Окрім коворкінгу, який створює платформу для львівського бізнес-кластеру тут також доступний Event- та Art-простір для самовираження.

Тренди світових практик розбудови інноваційних об'єктів показують що хаби, коворкінги, інкубатори та акселератори на цей момент є найпопулярнішими формами для розвитку креативних індустрій. Вони можуть розвиватися за способом ревіталізації (KIVSH) або ж будуватися з нуля (Future Nub). Зміст діяльності даних об'єктів – надання послуг оренди для суб'єктів підприємницької діяльності та створення базових умов для комфортного перебування. Крім ІТ-компаній, в коворкінги все більше приходять реальний сектор економіки, малі та середні бізнеси. Хаби, акселератори та інкубатори – території, які в своїй концепції створюють середовище для розвитку стартапів. На момент дослідження активними учасниками екосистеми підтримки розвитку стартапів у Львові є Tech Startup School, Startup Depo та Центр підприємництва УКУ табл. 3. 9.

Таблиця 3.9

Екосистеми підтримки розвитку стартапів у Львівському регіоні

Назва організації	Напрямки діяльності
Tech Startup School	Навчання, прототипування, тестування, фінансування, просування. Пункт 3.1
Startup Depo	Функціонує як простір для підприємців-початківців із можливістю забезпечення комфортного робочого місця. Позиціонують себе як бізнес-інкубатор, команда організовує навчальні лекції та навчальні курси на тему креативного підприємництва. Startup Depo є співорганізатором IT-арени – однією з найбільших технологічних подій України, яка щороку є місцем зустрічі інвесторів, стартапів, міжнародних компаній, делегацій та лідерів української IT-індустрії. Проект співфінансовано Програмою підтримки Міністерства закордонних справ Республіки Польща.
Центр підприємництва УКУ	Спеціалізується на створенні додаткових освітніх можливостей для стартапів, підприємців-початківців та тим, хто прагне відкрити власну справу. Зокрема, Центр пропонує власну акселераційну програму та кілька комерційних навчальних курсів.

Примітка: сформовано автором на основі джерел Баб'ячок та Кульчицький, 2018; Центр підприємництва УКУ, 2021; Startup Depo, 2021; Tech Startup School, 2021.

Дві організації із вищеперелічених функціонують при освітніх установах. Один з них державний – Національний університет «Львівська політехніка» та приватний – Український католицький університет. Це приклади третього способу формуванню креативної інфраструктури – створення в межах наявних об'єктів. Зміни у політичному та економічному середовищі України сприяли змінам у відношенні різних стейкхолдерів до інновацій, що сприяло створенню стартап-шкіл та інкубаторів у закладах освіти України, які надають можливість в рамках освітнього процесу стати частиною стартап-руху та розвивати власні креативні ідеї.

Держава активно використовує для устрою таргетні механізми розвитку креативних індустрій. Наприклад, Державний фонд регіонального розвитку у центрі міста здійснюється капітальний ремонт одного із навчальних корпусів Національного університету «Львівська політехніка» для облаштування науково-дослідних лабораторій, виставкових та інформаційно-комунікаційних майданчиків інноваційного (наукового) парку. Це найбільший розвитковий проєкт, який

фінансувався у 2021 році. Корпус повинен стати місцем генерування нових розробок, стартапів, їхнього трансферу, комерціалізації та виведення новацій на ринок через підприємства наукового парку.

Отже, станом на 2021 рік Львівська міська рада, як орган місцевого самоврядування активно працює над формуванням якісної інноваційної та креативної інфраструктури. При цьому державно-приватне партнерство, а саме активність підприємців та підтримка з боку органів місцевого самоврядування забезпечують Львівщині прогресивний розвиток у даному напрямку. Сприяння публічного управління у розвитку потенціалу Львівського регіону є прикладом, де реалізовується світовий досвід для розбудови локальної інноваційної інфраструктури.

Додатковим сприятливим фактором для публічного управління на регіональному рівні в майбутньому може стати те, що на державному рівні 17 березня 2021 року Урядом України було затверджено Порядок використання коштів, передбачених у державному бюджеті для створення центрів креативної економіки. Центри креативної економіки передбачаються у містах різного масштабу та з різними соціально-економічними умовами для підвищення інвестиційної привабливості територій та сприяння розвитку креативних індустрій. Планується, що вони включатимуть створення лабораторій, IT-школи, мікровиробництво, креативні простори для навчання та коворкінгу.

На момент дослідження прикладів створення центрів креативної економіки через державну підтримку не виявлено. В перспективі Центри креативної економіки в регіонах, де креативні індустрії визначені як смарт-спеціалізація, повинні формувати освітньо-наукове середовище замкненого циклу для інтеграції зусиль освіти, науки та інновацій для створення якісного, конкурентоспроможного продукту на вітчизняному та міжнародному ринку, тобто формувати глобальний масштаб розвитку. Центри стануть важливим елементом у інноваційній екосистемі територій та сприятимуть взаємодії між владою, бізнесом, наукою та суспільством. Успіх буде залежати від використання синтезу творчості, підприємництва та технологічних інновацій.

Яцюк О. (2018) зазначає, що впровадження смарт-спеціалізації повинно полягати у «підприємницькому процесі» навчання. Це означає що обрані регіонами галузі науки і техніки для досягнення лідерських показників, вимагає доволі великої кількості досліджень та інноваційних рішень, які створюватимуть конкуренцію та дадуть змогу використати ефект масштабу і поширення. Наявність комплексного забезпечення необхідних базових потреб для науково-дослідної роботи стимулює інноваційну діяльність.

Якщо розглянути креативні індустрії, з точки зору підприємницького процесу навчання та можливістю проведення досліджень для реалізації концепції смарт-спеціалізації, то на цей момент для забезпечення даного процесу наявна інноваційна інфраструктура на території Львівщини не створює такі умови. Оскільки, смарт-спеціалізація це, в першу чергу, про співпрацю чотирьох основних компонентів – влади, науки, бізнесу та громадськості – то інфраструктура, яка б сприяла такій кооперації, повинна об'єднувати всіх суб'єктів.

Смарт-спеціалізація, обрана місцевою владою, передбачає зміну парадигми взаємодії між основними її компонентами. Оскільки, конкурентоспроможність регіону дає змогу фокусувати обмежені державні та приватні ресурси на галузі із найбільшим інноваційним потенціалом. Інфраструктурне рішення для розкриття відповідного потенціалу має містити наукомісткий елемент. Наукомісткі ресурси зосереджені у закладах вищої освіти та наукових установах. Способом співпраці наукових установ чи закладів вищої освіти із бізнесом щодо розробки, виконання та комерціалізацію наукових та інноваційних проєктів здійснюють через наукові парки.

Науковий парк – юридична особа, що створюється з ініціативи закладу вищої освіти та/або наукової установи шляхом об'єднання внесків засновників для організації, координації, контролю процесу розроблення і виконання наукових проєктів. Мета наукового парку – розвиток науково-технічної та інноваційної діяльності у закладі вищої освіти та/або науковій установі, ефективного та раціонального використання наявного наукового потенціалу, матеріальної бази для

комерціалізації результатів наукових досліджень і їх впровадження на вітчизняному та закордонному ринках (Верховна Рада України, 2009).

Результативність діяльності наукових парків в Україні щодо використання результатів наукових та інноваційних проєктів є незначною, але зміна регіональної політики, а саме впровадження концепції смарт-спеціалізації в регіонах, може змінити роль та підвищити результативність наявних наукових парків. Міністерство освіти і науки України ініціювало внесення змін у законодавство щодо діяльності наукових парків.

7 вересня 2021 року, Верховна Рада України прийняла Закон «Про внесення змін до деяких законів України щодо активізації діяльності наукових парків» (Верховна Рада України, 2021). Внесені зміни до законодавства дозволяють вирішити низку проблем, які обмежували функціонування наукових парків. Зокрема, це стосується відсутності власної інфраструктури. Згідно з прийнятим Законом закладам вищої освіти та науковим установам надано повноваження щодо можливого надання в оренду приміщення для розміщення наукових парків на пільгових умовах (1 грн орендної плати за 1 м²).

Зміни у законодавстві щодо діяльності наукових парків та бюджетне фінансування центрів креативної економіки формують нові сприятливі умови для у впровадження смарт-спеціалізації «креативні індустрії» у Львівському регіоні через розвиток інноваційної та креативної інфраструктури на базі закладів вищої освіти чи наукових установ, які є активними учасниками науково-дослідного процесу у креативних індустріях.

У Львівському регіоні на 2021 рік функціонує лише один науковий парк – Науковий парк Національного університету «Львівська політехніка», який має найбільший статутний капітал в Україні.

В межах діяльності Наукового парку «Львівська політехніка» на момент дослідження реалізовується один проєкт за програмою ДФРР (як зазначалося вище),

а також розробляється план будівництва нового корпусу для створення на його базі Глобального інноваційного центру Східної Європи за підтримки ООН.

Метою створення нового корпусу навчально-наукового та інноваційного парку є формування міжнародного освітньо-наукового середовища замкненого циклу та створення на його базі Глобального інноваційного Центру Східної Європи для інтеграції зусиль освітян, науковців, інноваційних та регіональних структур у створенні якісного інноваційного продукту, виконання міжнародних проєктів та імплементації прогресивних світових практик у інноваційному просторі України.

Мета створення центру в призмі основних напрямків розвитку зображено в табл. 3.10.

Таблиця 3. 10.

Мета діяльності центрів за напрямками та приклади таргетних механізмів публічного управління

Напрямок	Мета діяльності	Таргетні механізми
Освіта	Надання якісних освітніх послуг із використанням передових методичних практик STEAM і SMART-освіти на базі сучасного лабораторного обладнання і технологій.	Стипендіальна підтримка
Наука і дослідження	Проведення актуальних наукових досліджень та представлення їх результатів для комерціалізації із урахуванням ринкових запитів; розроблення інноваційних продуктів (стартапів тощо), популяризація наукової діяльності; обмін досвідом між вітчизняними та закордонними вченими.	Креативні простори
Інновації	Прототипування та підготовка інноваційних продуктів для подальшої акселерації, сприяння їх ринковому просуванню; інноваційно-інвестиційне забезпечення впровадження результатів діяльності суб'єктів; забезпечення інноваційного маркетингу та проектного менеджменту.	Спеціальні програми фінансування
Партнерство	Пошук і налагодження зв'язків між контрагентами в угодах з трансферу і комерціалізації технологій; організаційно-інформаційна підтримка суб'єктів бізнесу; забезпечення освітніх, науково-дослідних, інноваційно-інвестиційних, промоційних послуг; реалізація функцій інформаційно-комунікаційної платформи взаємодії закладів освіти та суб'єктів бізнесу.	Зв'язки Канали збуту Міжнародні зв'язки

Комфортність	Забезпечення комфортних умов перебування шляхом надання передбачених проєктом послуг, організування творчого дозвілля різних категорій населення.	Традиції Культура Креативні простори
--------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------

Примітка: сформовано автором на основі джерел Skrynkovskyy, Podolchak, Levytska and Kopovalyuk, 2021.

Потенційні суб'єкти інноваційних центрів активно проводять науково-дослідну, освітню, інноваційно-інвестиційну діяльність, проте фрагментарність їхніх дій, відсутність координації зусиль у системі «ідея → ринок» через механізми публічного управління на сучасному етапі призводить до уповільнення інноваційного розвитку як самих суб'єктів, так й інноваційної інфраструктури держави загалом.

На даний час Україна потребує наявності закладів пропонованого у проєкті типу, спроможних забезпечити комплексність науково-інноваційного циклу на рівні вимог передових світових практик у розрізі публічного управління. Наявні організації пропонують фрагментарні послуги у предметній сфері. Є потреба у створенні структури, що забезпечить замкнений цикл інноваційної діяльності суб'єктів на регіональному рівні. Пропонований Центр не лише стимулюватиме науковий пошук проривних ідей для науки і досліджень та генерування інноваційних продуктів, а й допомагатиме їх ефективній комерціалізації та ринковому супроводу, стане базою для реалізації наукового, креативного та бізнес-потенціалу різних категорій населення не лише на місцевому рівні, а й на рівні держави. Центр забезпечуватиме комфортні умови діяльності його суб'єктів шляхом поєднання їх творчого процесу і дозвілля від отримання передбачених проєктом послуг.

Створення пропонованого проєктом корпусу навчально-наукового та інноваційного парку забезпечить умови для формування інноваційного простору замкненого циклу та організування на його базі за підтримки публічної влади Глобального інноваційного центру Східної Європи, що забезпечуватиме ефективне провадження освітньої, науково-дослідної, інноваційно-інвестиційної діяльності

вітчизняних і закордонних суб'єктів, розвитку інноваційної інфраструктури України та її інтеграції у європейський освітній та науковий простір.

Створення Центру забезпечить належні умови для надання якісних освітніх послуг, проведення досліджень в сфері інновацій для цілей сталого розвитку України, залучення інвестицій і сприяння реалізації комплексних інфраструктурних проєктів, які можуть стати базовими для реалізації стратегії смарт-спеціалізації як механізми регіонального розвитку.

Окрім, сприяння впровадження концепції смарт-спеціалізації, центри мають потенціал стати ядром інноваційного розвитку регіону та держави. Центри із глобальним спрямуванням не лише стимулюватимуть науковий пошук нових ідей для науки і досліджень, а й допомагатиме їх ефективній комерціалізації та ринковому супроводу. В таких умовах створюються державна влада та органи місцевого самоврядування можливості для навчання, створення прототипів, залученню коштів, пошуку команди, партнерів та потенційних споживачів і водночас організації дозвілля та відпочинку відповідно до передових практик публічної підтримки щодо інфраструктурного забезпечення.

У розрізі зазначених цілей та мети створення центру доцільно окреслити ефективність створення центру, запропонованого в проєкті.

Професор Мочерний С.В. сформулював сутність ефективності у наступному визначенні: ефективність – це здатність приносити ефект, результативність процесу, проєкту тощо, які визначаються як відношення ефекту, результату до витрат, що забезпечили цей результат (економічна ефективність) (Череп та Стрілець, 2013). Ефективність розглядається у двох основних векторах: економічна та соціальна.

Соціальна ефективність запропонованого центру буде полягати в:

- ✓ підвищення кваліфікації та зростання освітнього рівня учасників шляхом надання якісних освітніх послуг із використанням передових методичних практик STEAM і SMART-освіти на базі сучасного лабораторного обладнання і технологій;

- ✓ сприяння творчій реалізації осіб на засадах створення можливостей для проведення актуальних наукових досліджень та представлення їх результатів для комерціалізації;
- ✓ активізація винахідницького руху та генерування стартапів, що сприятиме інноваційному розвитку економіки;
- ✓ популяризація науки і досліджень у вітчизняній та міжнародній спільноті;
- ✓ реалізація функцій інформаційно-комунікаційної платформи взаємодії закладів освіти та суб'єктів бізнесу;
- ✓ забезпечення європейського рівня стандартів провадження наукової діяльності;

Економічну ефективність центру повинна розраховуватися на основі економічних показників діяльності центру. Специфікою діяльності пропонованого центру є те, що він поєднує в собі, як вже зазначалося попередньо, різні напрямки задоволення потреб суб'єктів. Виходячи з цього, економічну ефективність таких центрів необхідно вираховувати, враховуючи описані особливості.

Загальну формулу для розрахунку економічної ефективності можна відобразити так (Череп та Стрілець, 2013):

$$E_{\phi} = \frac{\text{результати}}{\text{ресурси (витрати)}} \quad (3.7)$$

Економічну ефективність інфраструктурних об'єктів із врахуванням публічних механізмів для розвитку креативних індустрій за ресурсним підходом можна відобразити наступним чином:

$$E_{\phi i} = \frac{\sum_{i=1}^n (P_{ki} + x_i)}{\sum_{i=1}^n (B_{ki} + y_i)}, \quad (3.8)$$

де P_{ki} – оплата послуг резидентами центру,

x_i – дохід від результативних проектів,

B_{ki} = витрати на створення центрів,

y_i - витрати на утримання центрів.

Застосування розрахунку економічної ефективності інфраструктурних об'єктів із врахуванням публічних механізмів для розвитку креативних індустрій за ресурсним підходом було використаний в підготовці Державного інвестиційного проєкту від Наукового парку «Львівська політехніка» за даними табл. 3. 11.

Таблиця 3. 11

Характеристика	Сума
Вартість проєкту	476 895, 01 тис. грн
Всього операційних витрат	1 335 968, 91 тис. грн
Валовий дохід за проєктом	2 617 158, 20 тис. грн

Примітка: сформовано автором

Розрахунок:

$$E_{\text{фi}} = \frac{2\,617\,158,20}{476\,895,01 + 1\,335\,968,91} = 1,44$$

Варто зауважити, що ефективність діяльності інноваційних центрів, як інфраструктурного фактора механізму публічного управління розвитком смарт-спеціалізації «креативні індустрії», також може бути політичною (забезпеченість участі політичних інститутів в процесі діяльності), екологічною (зменшення негативного впливу господарської діяльності на навколишнє середовище) та демографічною (спосіб покращення людського життя через розвиток інновацій).

З огляду на особливості концепції смарт-спеціалізації, то формування механізму публічного управління в напрямку розвитку даного інфраструктурного об'єкта є можливістю сконцентрувати в одному місці умови для здійснення всіх етапів виробничого процесу креативних товарів та послуг із залученням науковців та представників бізнесу. Узагальнені результати діяльності даного центру показані на рис. 3. 11.

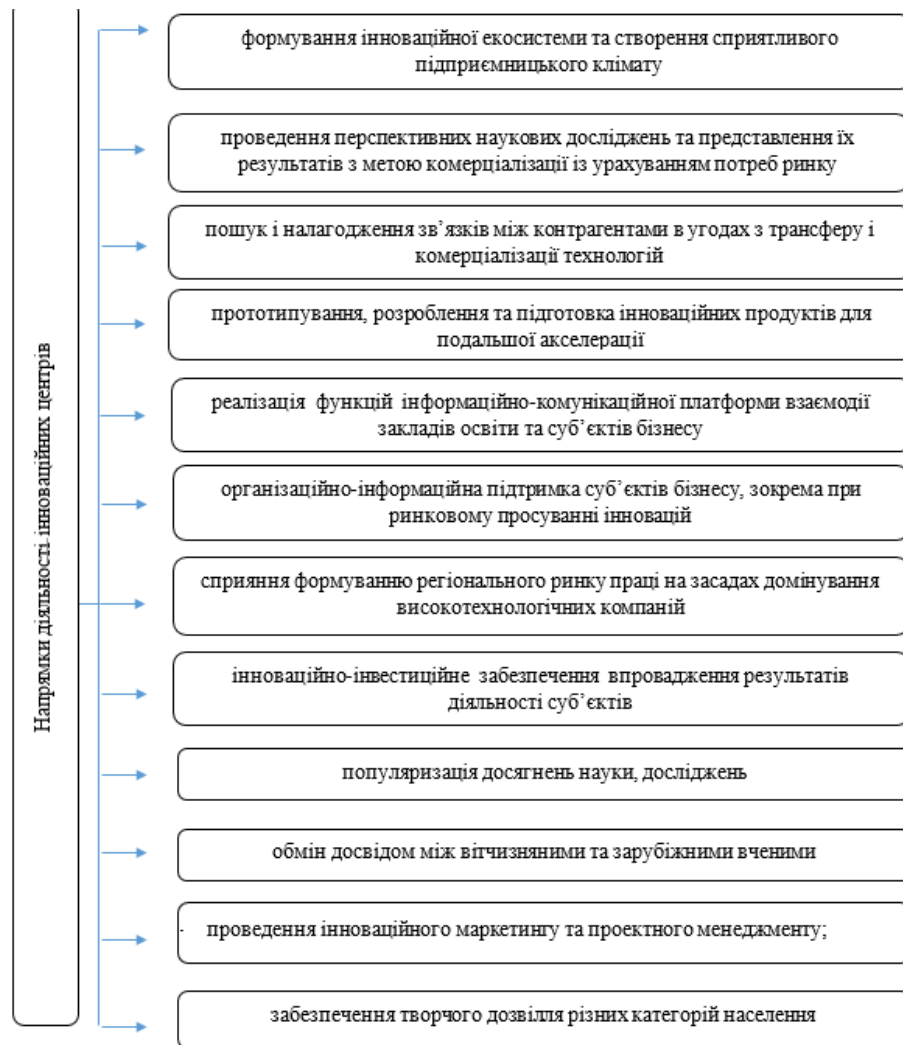


Рисунок 3. 11. Напрямки діяльності інноваційних центрів

Примітка: сформовано автором на основі джерел Skrynkovskyu, Podolchak, Levytska and Kopovalyuk, 2021.

Головними напрямками в яких суттєво відбудуватимуться стратегічні зміни за результатами діяльності інноваційних центрів зображено на рис. 3.12. Держава – як ядро публічного управління. Освіта та Наука – сфери, які потребують зміни у підходах до реалізації навчальних та дослідницьких процесів. Культура – сфера, в якій сьогодні активно створюються нові компанії. Створення інфраструктури, яка підтримає розвиток креативного мислення, сприятиме підтримці талантів. Суспільство – рушійний елемент на який буде спрямована діяльність інноваційних центрів.

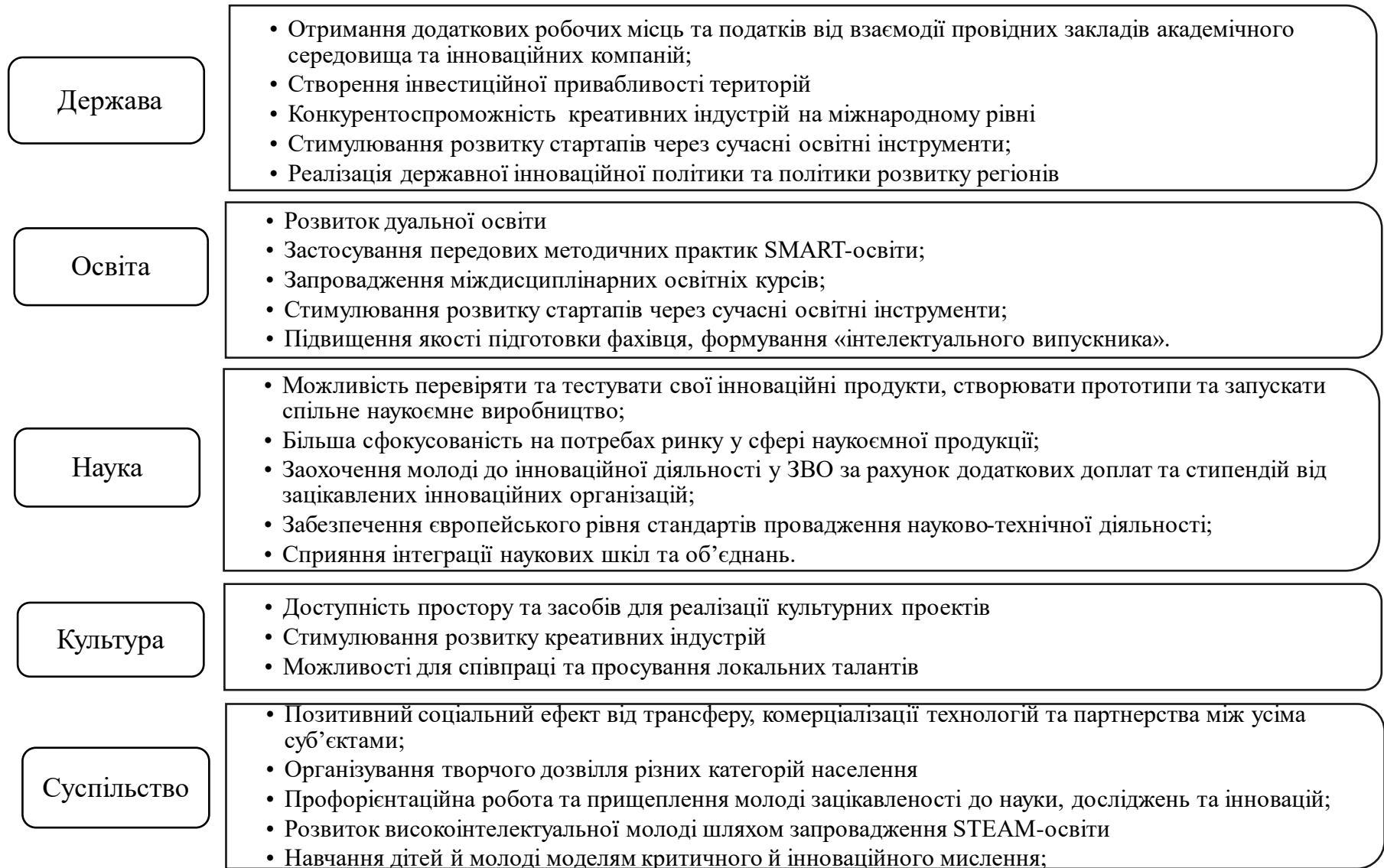


Рисунок 3.12 Розвиток окремих сфер громадянського суспільства *Примітка: сформовано автором

Центри описаного типу дозволять зменшити бар'єри між наукою, освітою та підприємництвом, а також розширять можливості для залучення громадськості до креативної діяльності. Центри стимулюватимуть підвищення економічної активності в регіонах, сприятимуть зниженню безробіття та еміграції молоді, культивуватимуть смарт-підприємництво.

Інноваційні центри можуть стати першим кроком до розвитку мережевих структур у галузі креативних індустрій так, як на цей момент в Україні креативні індустрії розвиваються локально і не мають буферних центрів. Підтримка публічного управління в напрямку розвитку креативних індустрій через концепцію смарт-спеціалізації зробить вагомий внесок у розвиток соціально-орієнтованої економіки, що передбачається стратегією розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року. Успіх державного стратегічного планування залежить від активної взаємодії стейкхолдерів в кожному окремому регіоні та кожній окремій громаді. Місцем взаємодії стейкхолдерів можуть стати інноваційні центри, які мають орієнтуватися на глобальну взаємодію.

Інноваційна інфраструктура – те, чого не вистачає Україні для зміни орієнтації освіти та науки на реалізацію креативного потенціалу, підтримку талановитої молоді та сприянню підвищенню рівня конкурентоспроможності.

Загалом це сприятиме досягненню цілей сталого розвитку від ООН: підвищення якості освіти, гідні умови праці та економічне зростання, розвиток інновацій та відповідної інфраструктури, сталому розвитку міст. І як наслідок – забезпечення довгострокових конкурентних переваг, що закладено в основу концепції смарт-спеціалізації.

Висновки до розділу 3:

Запропонована класифікація елементів виробничого процесу креативних товарів чи послуг з огляду на специфіку креативних індустрій, як економічного феномену. Обґрунтовано елементи виробничого процесу через призму креативних індустрій, у ході вивчення яких було запропоновано включити до класифікації такі елементи як «бізнес-процеси», «післяпродажний сервіс» та «3R». Важливою умовою роботи механізмів публічного управління для розвитку креативних індустрій є те, що основні елементи виробничого процесу креативних товарів та послуг (ресурси, виробництво, результат) мають формуватися у трикутнику взаємодії впливу державних, регіональних механізмів розвитку підприємництва та ініціативи з боку підприємницьких структур. Визначено, що важливим сучасним чинником, який впливає на розвиток креативних індустрій є тренди за різними напрямками і завданнями державного управління та державних інституцій першими знаходити можливості для формування механізмів розвитку креативних індустрій, які сприятимуть розвитку смарт-спеціалізації. Виходячи з цього, запропоновано формувати таргетні механізми розвитку креативних індустрій через визначення слабких місць та розривів. Розвинуто завдання, переваги та цілі таргетних механізмів. Розмежовано цілі таргетних механізмів відносно класифікації факторів впливу на етапи виробничого процесу креативних товарів та послуг.

За результатами попередніх досліджень та методом експертних оцінок ідентифіковано фактори впливу на розвиток креативних індустрій в Україні. До них відносяться людський капітал, інвестиції, зовнішні (експортний потенціал) та внутрішні умови (інфраструктурне забезпечення), бізнес-модель та підприємницький талант. Застосування методу багатофакторного кореляційно-регресійного аналізу, де зазначені вище факторні ознаки впливають на результативну ознаку – обсяг виготовленої продукції за видами економічної діяльності, які належать до креативних індустрій – було встановлено, що найбільша кореляція спостерігається між кількістю зайнятих осіб, капітальними інвестиціями, бізнес-моделлю та підприємницьким

талантом. Коефіцієнти лінійного рівняння множинної регресії обсягу виготовленої продукції видами економічної діяльності, які належать до креативних індустрій Регресійний аналіз продемонстрував що найбільш віддаленими факторними ознаками є експортний потенціал, інфраструктурне забезпечення та бізнес-модель. Формування публічних механізмів розвитку креативних індустрій повинне фокусуватися на даних факторах.

Інфраструктурне забезпечення є одним із факторів впливу на розвиток креативних індустрій, зокрема і в контексті регіональної смарт-спеціалізації, що стає об'єктом механізмів публічного управління. Встановлено основні способи створення інфраструктури для креативних індустрій в Україні. Проаналізовано стан та напрямки роботи креативної інфраструктури у Львівському регіоні за основними способами створення. Обґрунтовано, що інфраструктура для розвитку регіональної смарт-спеціалізації «креативні індустрії» повинна містити наумісткий елемент. Визначено, що у Львівському регіоні такі умови можна сформулювати на базі Наукового парку «Львівська політехніка» з орієнтацією на глобальний рівень. Згенеровано мету діяльності інфраструктури такого типу за напрямками впливу та розвитку окремих сфер громадянського суспільства, соціальні наслідки, результати діяльності. Запропоновано спосіб розрахунку економічної ефективності інфраструктурних об'єктів із врахуванням публічних механізмів для розвитку креативних індустрій за ресурсним підходом. Продемонстровано даний спосіб на прикладі нового проекту побудови комплексного центру креативних індустрій в межах Наукового парку «Львівської політехніка».

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі вирішено наукове завдання, яке полягає у розробленні теоретико-методичних засад формування механізмів розвитку смарт-спеціалізації «креативні індустрії» та практичних рекомендацій визначення ефективності застосування таких механізмів.

Досліджено поняття «креативні індустрії» за різними суб'єктами публічного права та підстави виникнення такого напрямку. Встановлено, що визначення креативних індустрій в Україні має цілком економічний зміст. Вперше здійснено порівняльний аналіз визначення терміну «креативні індустрії» згідно з українським законодавством та суб'єктів публічного права таких як ЮНЕСКО, ЮНКТАД, ВОІВ. Встановлено відповідність між видами економічної діяльності, які затверджені Кабінетом Міністрів України та напрямками креативних індустрій, які окреслюються суб'єктами державного управління. Відповідно до видів економічної діяльності, які відносять до креативних індустрій, визначено сфери в яких виникає та реалізовується креативний підхід, а також обумовлено креативні індустрії, які не підлягають чинній класифікації видів економічної діяльності, в результаті запропоновано сформуванню окремий напрямок для цих видів.

Проаналізовано поняття «смарт-спеціалізації», розмежовано два аспекти розуміння: як концептуальний підхід та як стратегія розвитку окремої території. Розглянуто етапи формування підходу смарт-спеціалізації в країнах Європейського Союзу, зміст даного підходу, його переваги та відмінності від попередньої методики розвитку регіонів та розкрито зміст основних суб'єктів та учасників процесу. Визначено хронологічну послідовність імплементації даного підходу до адаптованої регіональної політики України. Вперше здійснено аналіз стратегічного планування через призму публічного управління за регіонами України щодо використання підходу смарт-спеціалізації у новому програмному періоді 2021 – 2027 років. Виділено недоліки, які існують у відображенні підходу смарт-спеціалізація в регіональних стратегіях українських регіонів, які впливатимуть на процес публічного

управління для впровадження даного підходу. Та окреслено переваги застосування даного підходу для України.

У ході вивчення теоретичних аспектів механізмів інноваційного розвитку регіонів виділено основні їхні характеристики: підходи, аспекти, мету, об'єкти, суб'єкти та завдання. На підставі проаналізованих наукових публікацій, щодо механізмів регіонального, регіонального інноваційного та регіонального економічного розвитку згенеровано механізми регіонального інноваційного розвитку із впровадження підходу смарт-спеціалізація. Систематизовано основні механізми за каналами впливу, які необхідні на регіональному рівні для вдалого впровадження підходу смарт-спеціалізації. Розглянуто основні напрямки для роботи запропонованих механізмів в межах регіонального публічного управління.

Запропоновано розмежування видів економічної діяльності, які на законодавчому рівні відносяться до креативних індустрій та затверджено у 2019 році Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24. 04. 2019 №265-р «Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій» між окресленими групами креативних індустрій, які вживаються суб'єктами публічного управління. На основі згрупованих видів економічної діяльності виділено додаткову групу «Креативна освіта». Відповідно до запропонованого поділу груп та даних Державної служби статистики за видами економічної діяльності, які належать до креативних індустрій проаналізовано стан розвитку креативних індустрій в Україні за період 2013 – 2019 років за кількістю суб'єктів господарювання, обсягом виготовленої продукції, обсягом доданої вартості та кількості зайнятого населення. Встановлено, що найбільш розвинутими напрямками креативних індустрій в Україні є нові медіа та інформаційно-комунікаційні технології, реклама, маркетинг, зв'язки з громадськістю та інші креативні послуги, література, видавнича діяльність та друковані засоби масової інформації та архітектура й урбаністика. За обмеженими даними про види економічної діяльності креативних індустрій у Львівському регіоні було проведено зіставлення наявних даних та результатів проведеного попереднього

аналізу розвитку креативних індустрій в Україні, що дає змогу стверджувати про те, що креативні індустрії у Львівському регіоні розвиваються відповідно до загальноукраїнських трендів.

Розглянуто чинне стратегічне планування України у сферах, які є основними для впровадження смарт-спеціалізацій, а саме розвиток регіонів, вищої освіти, сфери інноваційної діяльності та економіки. Державна стратегія регіонального розвитку на 2021 -2027 рік ставить впровадження підходу смарт-спеціалізації як одне із завдань для підвищення рівня конкурентоспроможності регіонів. В Національній економічній стратегії та Державній стратегії регіонального розвитку смарт-спеціалізація все ще зазначається як інструмент розвитку промисловості регіонів. У Стратегії вищої освіти України вказаний перелік завдань, які необхідно виконати для впровадження регіональних смарт-спеціалізацій. Стратегія розвитку сфери інноваційної діяльності визначає бар'єри та завдання для впровадження підходу смарт-спеціалізації. У розрізі опрацьованих державних стратегічних документів виділено спільні позитивні та негативні чинники, які впливають на розвиток регіонів, економічну ситуацію, розвиток вищої освіти та сфери інноваційної діяльності щодо впровадження підходу смарт-спеціалізації.

Досліджено аналогічні сфери державного стратегічного планування у сферах, які є основними для впровадження смарт-спеціалізацій, але із фокусом планування розвитку креативних індустрій та/або креативної економіки. Встановлено, що креативні індустрії та/або креативна економіка визначається лише у двох стратегічних документах, які були обрані для дослідження – в державній Стратегії регіонального розвитку та Національній економічній стратегії. Виділено, що креативні індустрії та/або креативна економіка визначаються як напрямок розвитку підприємництва, малого та середнього бізнесу, а також для збалансованого розвитку України. Беручи до уваги, обрання креативних індустрій для смарт-спеціалізації Львівським регіоном, було розглянуто стратегічне бачення розвитку креативних індустрій у зазначеному регіоні. Здійснено аналіз Стратегії розвитку Львівської

області на період 2021-2027 років, Плану заходів з реалізації у 2021-2023 роках Стратегії розвитку Львівської області на період 2021 – 2027 років, Стратегії розвитку освіти Львівщини до 2027 року, а також Стратегії Прориву Львова 2027. Виділено галузеві стратегічні документи для аналізу: Стратегію розвитку Національного університету «Львівська політехніка», Плани заходів на 2019, 2020, 2021 роки, Стратегію розвитку Львівського університету імені Івана Франка.

Встановлено, що існують спільні вектори розвитку так і низький рівень узгодженості між державним, регіональним, місцевим та галузевим стратегічним плануванням розвитку як креативних індустрій та і смарт-спеціалізації.

Запропонована класифікація елементів виробничого процесу креативних товарів чи послуг з огляду на специфіку креативних індустрій, як економічного феномену. Обґрунтовано елементи виробничого процесу через призму креативних індустрій, у ході вивчення яких було запропоновано включити до класифікації такі елементи як «бізнес-процеси», «післяпродажний сервіс» та «3R». Важливою умовою роботи механізмів публічного управління для розвитку креативних індустрій є те, що основні елементи виробничого процесу креативних товарів та послуг (ресурси, виробництво, результат) мають формуватися у трикутнику взаємодії впливу державних, регіональних механізмів розвитку підприємництва та ініціативи з боку підприємницьких структур. Визначено, що важливим сучасним чинником, який впливає на розвиток креативних індустрій є тренди у напрямках, завданнях державного управління та державних інституцій, що дає змогу знаходити можливості для формування механізмів розвитку креативних індустрій, які сприятимуть розвитку смарт-спеціалізації. Виходячи з цього, запропоновано формувати таргетні механізми розвитку креативних індустрій через визначення слабких місць та розривів. Розвинуто завдання, переваги та цілі таргетних механізмів. Розмежовано цілі таргетних механізмів відносно класифікації факторів впливу на етапи виробничого процесу креативних товарів та послуг.

За результатами попередніх досліджень та методом експертних оцінок ідентифіковано фактори впливу на розвиток креативних індустрій в Україні. До них відносяться людський капітал, інвестиції, зовнішні (експортний потенціал) та внутрішні умови (інфраструктурне забезпечення), бізнес-модель та підприємницький талант. Застосування методу багатофакторного кореляційно-регресійного аналізу, де зазначені вище факторні ознаки впливають на результативну ознаку – обсяг виготовленої продукції за видами економічної діяльності, які належать до креативних індустрій – було встановлено, що найбільша кореляція спостерігається між кількістю зайнятих осіб, капітальними інвестиціями, бізнес-моделлю та підприємницьким талантом. Коефіцієнти лінійного рівняння множинної регресії обсягу виготовленої продукції видами економічної діяльності, які належать до креативних індустрій Регресійний аналіз продемонстрував що найбільш віддаленими факторними ознаками є експортний потенціал, інфраструктурне забезпечення та бізнес-модель. Формування публічних механізмів розвитку креативних індустрій повинне фокусуватися на даних факторах.

Інфраструктурне забезпечення є одним із факторів впливу на розвиток креативних індустрій, зокрема і в контексті регіональної смарт-спеціалізації, що стає об'єктом механізмів публічного управління. Встановлено основні способи створення інфраструктури для креативних індустрій в Україні. Проаналізовано стан та напрямки роботи креативної інфраструктури у Львівському регіоні за основними способами створення. Обґрунтовано, що інфраструктура для розвитку регіональної смарт-спеціалізації «креативні індустрії» повинна містити наукомісткий елемент. Визначено, що у Львівському регіоні такі умови можна сформулювати на базі Наукового парку «Львівська політехніка» з орієнтацією на глобальний рівень. Згенеровано мету діяльності інфраструктури такого типу за напрямками впливу та розвитку окремих сфер громадянського суспільства, соціальні наслідки, результати діяльності. Запропоновано спосіб розрахунку економічної ефективності інфраструктурних об'єктів із врахуванням публічних механізмів для розвитку креативних індустрій за

ресурсним підходом. Продемонстровано даний спосіб на прикладі нового проєкту побудови комплексного центру креативних індустрій в межах Наукового парку «Львівської політехніки» шляхом таргетних механізмів державного управління, зокрема державно-інвестиційного проєкту.

Підтримка публічного управління в напрямку розвитку креативних індустрій через концепцію смарт-спеціалізації зробить вагомий внесок у розвиток соціально-орієнтованої економіки, що передбачається стратегією розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Алексенко, Т. М. та Максименко, О. П. (2020). Підвищення якості людського капіталу шляхом вдосконалення освіти та наукової діяльності – стратегічний чинник розвитку держави. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*, 39, 69-76. DOI: 10.32999/ksu2307-8030/2020-39-13
2. Баб'ячок, Р. І. та Кульчицький, І. І. (2018). *Основні тенденції розвитку стартапів в Україні: проблеми, перешкоди і можливості. (Аналітичний матеріал проекту № 51321)*. Взято з: <https://www.civic-synergy.org.ua.pdf>
3. Балджи, М. Д., Карпов, В. А., Ковальов, А. І., Костусєв, О. О., Котова, І. М. та Сментина, Н. В. (2013). *Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків*. Одеса: ОНЕУ.
4. Барановський, М. О. (2020). Smart-спеціалізація як інструмент активізації розвитку регіонів України. *Науковий вісник Херсонського державного університету*, 13, 7-15. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2413-7391/2020-13-1>
5. Башинська, І. О. (2015). Використання методу експертних оцінок в економічних розрахунках. *Actual Problems of Economics*, 7 (169). Взято з: <https://www.researchgate.net/IrynaBashynska/publication/.pdf>
6. Березіна, О. Ю. (2018). Смарт-спеціалізація для покращення умов життя домогосподарств: європейський досвід. *Економіка і організація управління*, 4, 35-46. DOI 10.31558/2307-2318.2018.4.4
7. Березняк, Н. В. та Рожкова, Л. В. (2019). Європейські підходи до визначення смарт-спеціалізації регіонів України. *Наука, технології, інновації*, 2, 3-8. DOI: 10.35668/2520-6524-2019-2-01
8. Бланк, С. та Дорф, Б. (2018). *Священна книга стартапера. Як збудувати успішний Стартап* (с. 512). Київ: Наш Формат.
9. Бобровська, О. Ю., Савостенко, Т. О., Матвеева, О. Ю., Лебедева, В. К. (2018).

Державне та регіональне управління (2-ге вид., доповн.). Дніпро: ДРІДУ НАДУ.

10. Болтянська, Л. О., Андрєєва, Л. О. та Лисак, О. І. (2015). *Економіка підприємства* (с. 667). Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015.
11. Бураковський, І., Ангел, Є., Кравчук, В., Кузякін, О., Мовчан, В., Федець, І. та Яблонівська, Т. (2019). *Економічна привабливість української культури. Аналітична доповідь*. Інститут економічних досліджень та політичних консультацій. Взято з: <http://www.ier.com.ua/files/publications/Special>
12. Бурик, З. М. (2020). Стратегічне планування розвитку територій, як інструмент управління. *Публічне урядування*, 25 (5), 53-62. [https://doi.org/10.32689/2617-2224-2020-5\(25\)-53-62](https://doi.org/10.32689/2617-2224-2020-5(25)-53-62)
13. Валєвський, О. Л. (2018). Актуальні проблеми реалізації державної політики у сфері розвитку креативних і культурних індустрій. Взято з: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2019-01/111AZ_Walevskiy_.pdf
14. Васильців, Т. та Левицька, О. (2021). Концепція реалізації регіональної політики smart-спеціалізації в Україні на засадах структурно-технологічної перебудови. *Економіка та суспільство*, 30. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-1>
15. Верховна Рада України. (2002). *Про інноваційну діяльність: Закон України від 4 липня 2002 р., № 40-IV*. Взято з: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>
16. Верховна Рада України. (2009). *Про наукові парки: Закон України від 25 червня 2009 р., № 51*. Взято з: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1563-17#Text>
17. Верховна Рада України. (2014а). *Про співробітництво територіальних громад: Закон України від 17 червня 2014 року №1508-VII*. Взято з: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1508-18#Text>
18. Верховна Рада України. (2014б). *Про вищу освіту: Закон України від 01 липня 2014 року № 1556-VII*. Взято з: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>
19. Верховна Рада України. (2015). *Про добровільне об'єднання територіальних*

- громад: Закон України від 5 лютого 2015 р. № 157-VIII. Взято з: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/157-19#Text>
20. Верховна Рада України. (2018). *Про внесення змін до Закону України «Про культуру» щодо визначення поняття «креативні індустрії»: Закон України від 19.06.2018 № 2458-VIII*. Взято з <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-19#Text>
21. Верховна Рада України. (2021). *Про внесення змін до деяких законів України щодо активізації діяльності наукових парків: Закон України № 2850-VI від 7 вересня 2021 р.* Взято з: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2850-17#Text>
22. Вилгін, Є. А. (2011). Підходи до реалізації регіональної інноваційної політики держави. *Державне управління: удосконалення та розвиток*, 4. Взято з http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2011_4_14.
23. Возняк, Г. В. (2021). Смарт-спеціалізація у постулатах економічних шкіл: теоретичний дискус. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*, 17 (1). DOI: 10.15330/apred.1.17.153-162
24. Воробей, В., Кобринович, М., Кривецька, Л., Гудз, Н., Кравченко, М., Лісний, І., Гуцол, О. та Крижанівський, В. (2020). *Фінансування креативних індустрій. Аналітичний звіт*. Львів. Взято з: https://uaculture.org/wp-content/uploads/2020/12/7.finansuvannya-kreatyvnyh-industrij_r.pdf
25. Галасюк, В., Гужва, І., Серебрянська, Д., Іванок, Є., Комендо, І. та Митник, О. (2021). *Креативна економіка: нова економічна епоха XXI ст.* Взято з: https://creativeeconomy.center/wpcontent/uploads/2021/12/2_.pdf
26. Галахова, Т. О. (2014). Креативні індустрії: теоретично-методологічні підходи до вивчення. *Науковий вісник Хресонського державного університету*, 9, 9-13. Взято з: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2014_9%284%293
27. Гевко, В. І. (2020). Інноваційна політика держави як чинник соціально-економічного розвитку. *Агросвіт*, 10, 136-143. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.10.136
28. Гладинець, Н. Ю. (2010). Механізм реалізації державної інноваційної політики в

- регіоні. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*, 683: *Проблеми економіки та управління*, 60-65. Взято з: <https://ena.lpnu.ua/handle/ntb/20303>
29. Гладир, Т. С. (2014). Ресурси підприємства: теоретичні аспекти. *Ефективна економіка*, 5. Взято з: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z>
30. Глосарій креативних індустрій. Українських центр культурних досліджень. Взято з: <https://uccs.org.ua/HLOSARIJ-KREATYVNYKH>
31. Грабовецький, Б. (2010). *Методи експертних оцінок: теорія, методологія, напрямки вдосконалення*. Вінниця: ВНТУ.
32. Голоскоков, О. Є. (2008). *Основи регресійного аналізу*. Харків: НТУ«ХП».
33. Гончаренко, І. Г. та Слинько, М. Ю. (2018). Смарт-спеціалізація як новітній ефективний інструмент регіонального розвитку. *Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції*, 31 (20(1)), 42-46. Взято з: <https://er.chdtu.edu.ua/bitstreamremoved.pdf>
34. Гусєв, В. О. (2011). *Державна інноваційна політика: методологія формування та Впровадження*. Донецьк: Юго!Восток.
35. Давимука, С. А. та Федулова, Л. І. (2017). *Креативний сектор економіки досвід та напрями розбудови*. Львів: ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долішнього НАН України».
36. Давимука, С. А., Куйбіда, В. С. та Федулова, Л. І. (2019). Тенденції розвитку нової регіональної політики ЄС. *Регіональна економіка*, 1, 76-87. Взято з: http://nbuv.gov.ua/UJRN/regek_2019_1_11
37. Данилишин, Б., Долішній, М., Другов, О., Заяць, Т., Кистанов, В., та Копилов, Н. (2019). Проблеми регіонального розвитку та шляхи їх вирішення. *Бюджетна децентралізація та її вплив на регіональний розвиток в Україні*, 72.
38. Данилович-Кропивницька, М. Л. та Левицька, Я. В. (2019). Аналіз стану та перспектив розвитку ринку інновацій в Україні. *Інтелект XXI*, 6 (2), 58-62. Взято з: http://nbuv.gov.ua/UJRN/int_XXI_2019_6%282%29__13

39. Дегтярова, І. О. (2011). Еволюція державних механізмів регіонального розвитку. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*, 2, 161-168. Взято з: http://nbuv.gov.ua/UJRN/avlad_2011_4_22
40. Демократія через культуру. Культурні та творчі індустрії: українська модель. Взято з: <https://demcult.org/kulturni-ta-tvorchi-industrii-ukrain/>
41. Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики. (2010). *Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010: Наказ Держспоживстандарту України від 11. 10. 2010 № 457.* Взято з: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10#Text>
42. Державна служба статистики. (2021a). *Додана вартість за витратами виробництва суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2013-2019 роках.* Взято з: <http://www.ukrstat.gov.ua>
43. Державна служба статистики. (2021b). *Кількість зайнятих працівників у суб'єктах господарювання за видами економічної діяльності у 2010 – 2019 роках.* Взято з: <http://www.ukrstat.gov.ua>
44. Державна служба статистики. (2021c). *Кількість суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2010 – 2019 роках.* Взято з: <http://www.ukrstat.gov.ua>
45. Державна служба статистики. (2021d). *Обсяг виготовленої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2013 – 2019 роках.* Взято з: <http://www.ukrstat.gov.ua>
46. Децентралізація. (2019). *Смарт-спеціалізація є обов'язковою у системі стратегічного планування регіонального розвитку.* Взято з: <https://decentralization.gov.ua/news/10590>
47. Департамент економічної політики Львівської обласної державної Адміністрації. (2022). *Про розрахунок індексу конкурентоспроможності регіонів України*, с.

48. Дія City. (2022). *Офіційний сайт*. Взято з: <https://city.diaa.gov.ua/>
49. Довба, І. В. (2018). Механізм розроблення і реалізації стратегії інноваційного розвитку регіону. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. Херсон. Взято з: <http://ej.journal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/340/337>
50. Доступні кредити 5-7-9%. (2020). Державна програма. *Офіційний сайт*. Взято з: <https://5-7-9.gov.ua/>
51. Дунаєв, І. В. (2017а). Механізми формування регіональної економічної політики в умовах «нової нормальності». *Державне управління та місцеве самоврядування*, 2 (33), 64-74. Взято з: http://nbuv.gov.ua/UJRN/dums_2017_2_11
52. Дунаєв, І. В. (2017б). *Публічна регіональна економічна політика в Україні: формування механізмів модернізації*. Харків: Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр».
53. Єгоров, І. Ю., Бажал, Ю. М., Хаустов, В. К., Черненко, С. М., Саліхова, О. Б., Сіденко, С. В.... Грига, В. Ю. (2020). *Формування «розумної спеціалізації» в економіці України* (с. 278). НАН України, ДУ «Ін-т. екон. та прогноз. НАН України». Київ. Взято з: <http://ief.org.ua/docs/mg/331.pdf>
54. Захарова, О. В., Федоренко, Н. А., Деньга, Л. М. (2021) Потенціал Черкаського регіону у запровадженні технологій смарт-спеціалізації. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*, 60, 30-40. DOI: <https://doi.org/10.24025/2306-4420.1.60.2021.229178>
55. Інститут суспільно-економічних досліджень. (2017). *Аналіз державних стратегічних документів України щодо врахування адаптованих для України Цілей Сталого Розвитку до 2030 року: Резюме аналітичної доповіді*. Взято з: <https://www.undp.org/uk/ukraine/publications>
56. Кабінет Міністрів України. (2014а). *Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні: Розпорядження від 1 квітня 2014 року №333-р*. Взято з: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80#Text>

57. Кабінет Міністрів України. (2014b). *Про затвердження плану заходів щодо реалізації Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні: Розпорядження від 18 червня 2014р. № 591-р.* Взято з: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/591-2014-%D1%80#Text>
58. Кабінет Міністрів України. (2014c). *Про вищу освіту: Закон України від 1 липня 2014 р. № 156-VII.* Взято з: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>
59. Кабінет Міністрів України. (2018a). *Деякі питання реалізації у 2018-2020 роках Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року: Постанова від 12 вересня 2018 р. № 733.* Взято з: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/733-2018-%D0%BF#Text>
60. Кабінет Міністрів України. (2018b). *Про внесення змін до порядків, затверджених постановами Кабінету Міністрів України від 11 листопада 2015 р. № 931 і 932: Постанова від від 14 листопада 2018 року № 959.* Взято з: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-2018-%D0%BF#Text>
61. Кабінет Міністрів України. (2019a). *Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій: Розпорядження від 24 квітня 2019 р. №265-р.* Взято з: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text>
62. Кабінет Міністрів України. (2019b). *Про схвалення Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року: Розпорядження від 10 лип. 2019 р. № 526-р.* Взято з: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-%D1%80#Text>
63. Кабінет Міністрів України. (2020a). *Про надання фінансової державної підтримки: Постанова від 24 січня 2020 р. № 28.* Взято з: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/28-2020-%D0%BF#Text>
64. Кабінет Міністрів України. (2020b). *Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021–2027 роки: Постанова від 5 серп. 2020 р. № 695.* Взято з <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text>

65. Кабінет Міністрів України. (2021). *План заходів на 2021-2023 роки з реалізації Державної стратегії регіонального розвитку на 2021 – 2027 роки: Розпорядження від 12 травня 2021р.* Взято з <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/497-2021-%D1%80#Text>
66. Карасьова, Н. А. (2019а). Креативні індустрії як елемент стратегії постіндустріального розвитку. *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*, 3, 110-120. Взято з: http://nbuv.gov.ua/UJRN/irtra_2019_3_12
67. Карасьова, Н. А. (2019b). Досвід розвинених країн у сфері креативної економіки. *Бізнес Інформ*, 10, 30-37. Взято з: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2019-10_0-pages-30_37.pdf
68. Карасьова, Н. А. (2019с). Креативні індустрії як джерело зростання експорту. *Економіка та держава*, 12, 19-23. DOI: [10.32702/2306-6806.2019.12.19](https://doi.org/10.32702/2306-6806.2019.12.19)
69. Касич, А.О. та Джура, А. М. (2019). Стартапи як форма підприємницької діяльності: поняття, значення, зарубіжний досвід. *Інвестиції: практика та досвід*, 2, 24-31. DOI: [10.32702/2306-6814.2019.2.24](https://doi.org/10.32702/2306-6814.2019.2.24)
70. Князевич, А. О. (2015). Ринок інновацій у складі інноваційної інфраструктури країни. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, 3, 129-139. Взято з: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2015_3_13
71. Креативна Європа Україна. Взято з: <https://creativeeurope.in.ua/>
72. Кокурин, Д. и Назин К. (2022). *Основи рециклаинга. Общая теория* (с. 122). Взято з <https://books.google.com.ua/books?id=8HmWDwAAQBA>
73. Корнилюк, А. (2020). Розвиток смарт-спеціалізації у країнах східного партнерства. Взято з: <http://projects.dune-hd.com/bitstream/handle>
74. Кузнєцова, А. Я., Каспрук, Ю. В. та Кузнєцов, О. Ю. (2013). *Економічний розвиток регіону та роль місцевих бюджетів у його забезпеченні*. Нац. банк України, Ун-т банк. справи. Київ: УБС НБУ.
75. Культура і креативність. (2021). *Креативна економіка*. Взято з: <https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/course/lecture-4>

76. Кукса, І. М. та Петухова, Т. О. (2018). Креативна економіка як елемент інноваційної та стійкої стратегії розвитку України. *Ефективна економіка*, 2. Взято з: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6554>
77. Лебедева, Л. В. (2014). Сучасна інноваційна політика держави в Україні: проблеми та перспективи реформування. *Ефективна економіка*, 1. Взято з: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_1_11.
78. Левченко, О. М. та Ткачук, О. В. (2019). Особливості застосування smart підходу під час розробки стратегій соціально-економічного розвитку територій. *Центральноукраїнський науковий вісник: Економічні науки*, 3 (36), 12-23. DOI: [https://doi.org/10.32515/2663-1636.2019.3\(36\).12-23](https://doi.org/10.32515/2663-1636.2019.3(36).12-23)
79. Лещук, І. В. та Патицька, Х. О. (2020). *Інноваційний потенціал регіонів України в контексті формування стратегій smart-спеціалізації: наукова доповідь*. ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України». Львів. Взято з: <http://ird.gov.ua/irdp/p20200043.pdf>
80. Лисенко, І. В. (2019). Механізм взаємодії регіональних інноваційних кластерів та вищої освіти. *Проблеми і перспективи економіки та управління*, 1 (17), 143-154. DOI: 10.25140/2411-5215-2019-1(17)-143-154
81. Луцків, О. М. (2015). Регіональна інноваційна політика: особливості формування та проблеми реалізації. *Регіональна економіка*, 2, 153-162. Взято з: http://re.gov.ua/re201502/re201502_153_LutskivOM.pdf
82. Лучко М. Р., Жукевич С. М. та Фаріон А. І. (2016). *Фінансовий аналіз*. Тернопіль: ТНЕУ. Взято з: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/19240/1/Fin%20analiz%20Verstka.pdf>
83. Львівська міська рада. (2021). *Промислову територію на вул. Шевченка, 120 перетворюють у новий креативний простір KIVSH*. Взято з : <https://city-adm.lviv.ua/news/culture/architecture-and-historic-heritage>
84. Львівська міська рада. (2019а). *У Львові запрацював Futura HUB*. Взято з: <https://city-adm.lviv.ua/news/economy/266151-u-lvovi-zapratsiuvav-futura-hub>

85. Львівська міська рада. (2019b). *Стратегія прориву 2027*. Взято з: <http://cityinstitute.org/content/uploads/2019/06/povnyj-tekst-stratehii-proryvu.pdf>
86. Львівська міська рада. (2021). *Офіційний сайт*. Взято з: <https://cityadm.lviv.ua/>
87. Львівський національний університет імені Івана Франка. (2021). *Офіційний сайт. Стратегія розвитку*. Взято з: <https://lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/03/strategy-2021-2025.pdf>
88. Львівська обласна державна адміністрація. (2021a). *Офіційний сайт*. Взято з: <https://loda.gov.ua/>
89. Львівська обласна державна адміністрація. (2021b). *Проект Стратегії розвитку освіти Львівщини на період до 2027 року*. Взято з: <https://osvita.loda.gov.ua/?page=blog&id=260>
90. Львівська обласна рада. (2021). *Про внесення змін до Комплексної програми регіонального розвитку Львівщини на 2021 – 2025 роки: Рішення від 23 грудня 2021 р.* Взято з: <https://lvivoblrada.gov.ua/plenary-sessions/rishennya-viii-sklikannya>
91. Мазуренко, В. П. та Копійка, Д. В. (2018). Національні та глобальні виміри розвитку креативної економіки. *Молодий вчений*, 8 (1), 200-205. Взято з: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_8%281%29__48
92. Мельник, Б. Б. (2018). Роль експертного знання під час прийняття управлінських рішень у публічному управлінні. *Публічне управління та адміністрування в Україні*, 5, 64-69. Взято з: <http://pag-journal.iei.od.ua/archives/2018/5-2018/15.pdf>
93. Міністерство економіки України. (2020). *Запровадження смарт-спеціалізації стане потужним драйвером інноваційного розвитку регіонів*. Взято з: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=4f54d7d7-1f86-46a5-a623-12ee7a798b4b&title=OleksandrRomanishin-ZaprovadzhenniaSmartspecializatsiiStanePotuzhnimDraiveromInnovatsiinogoRozvitkuRegioniv>

94. Міністерство культури та інформаційної політики України. (2021). *Основні економічні показники креативних індустрій в Україні*. Взято з: <https://drive.google.com/file/d/1TLdYp1sPQXJjSeJYgc0x5uMTFehDCnoX>
95. Міністерство розвитку громад та територій України. (2020а). *Регіональна Стратегія розвитку Закарпатської області на період 2021 – 2027 років*. Взято з: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalna-strategiya-rozvytku-zakarpatskoyi-oblasti-na-period-2021-2027-rokiv/>
96. Міністерство розвитку громад та територій України. (2020b). *Стратегія збалансованого регіонального розвитку Вінницької області на період до 2027 року*. Взято з: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/strategiyazbalansovanogo-regionalnogo-rozvytku-vinnyczkoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku/>
97. Міністерство розвитку громад та територій України. (2020с). *Стратегія регіонального розвитку Дніпропетровської області на період до 2027 року*. Взято з: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/12/strategiya-regionalnogo-rozvytku-dnipropetrovskoyi-oblasti-na-period-do-2027-rok.pdf>
98. Міністерство розвитку громад та територій України. (2020d). *Стратегія регіонального розвитку Запорізької області на період до 2027 року*. Взято з: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/strategiya-regionalnogo-rozvytku-zaporizkoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku/>

99. Міністерство розвитку громад та територій України. (2020e). *Стратегія регіонального розвитку Сумської області на 2021 – 2027 роки*. Взято з: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/12/strategiya-regionalnogo-rozvytku-sumskoyi-oblasti-na-2021-2027-roky.pdf>
100. Міністерство розвитку громад та територій України. (2020f). *Стратегія регіонального розвитку Чернівецької області на період до 2027 року*. Взято з: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/strategiya-regionalnogo-rozvytku-cherniveczkoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku/>
101. Міністерство розвитку громад та територій України. (2020g). *Стратегія розвитку Волинської області на період до 2027 року*. Взято з: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/strategiya-rozvytku-volynskoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku/>
102. Міністерство розвитку громад та територій України. (2020h). *Стратегія розвитку Донецької області на період до 2027 року*. Взято з: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/strategiya-rozvytku-doneczkoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku/>
103. Міністерство розвитку громад та територій України. (2020i). *Стратегія розвитку Житомирської області до 2027 року*. Взято з: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na->

- polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/strategiya-rozvytku-zhytomyrskoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku/
104. Міністерство розвитку громад та територій України. (2020j). *Стратегія розвитку Івано-Франківської області на 2021 – 2027 роки*. Взято з: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/strategiya-rozvytku-ivano-frankivskoyi-oblasti-na-2021-2027-roky/>
105. Міністерство розвитку громад та територій України. (2020k). *Стратегія розвитку Київської області на 2021 – 2027 роки*. Взято з: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/strategiya-rozvytku-kyyivskoyi-oblasti-na-2021-2027-roky/>
106. Міністерство розвитку громад та територій України. (2020l). *Стратегія розвитку Кіровоградської області на 2021 – 2027 роки*. Взято з: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/12/strategiya-rozvytku-kirovogradskoyi-oblasti-na-2021-2027-roky.pdf>
107. Міністерство розвитку громад та територій України. (2020m). *Стратегія розвитку Луганської області на 2021 – 2027 роки*. Взято з: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/strategiya-rozvytku-luganskoyi-oblasti-na-2021-2027-roky/>
108. Міністерство розвитку громад та територій України. (2020n). *Стратегія*

- розвитку Львівської області на період 2021 – 2027 років.* Взято з: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/strategiya-rozvytku-lvivskoyi-oblasti-na-period-2021-2027-rokiv/>
109. Міністерство розвитку громад та територій України. (2020о). *Стратегія розвитку Миколаївської області на період до 2027 року.* Взято з: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2021/02/strategiya-rozvytku-mykolayivskoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku.pdf>
110. Міністерство розвитку громад та територій України. (2020р). *Стратегія розвитку Одеської області на період 2021 – 2027 роки.* Взято з: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/strategiya-rozvytku-odeskoyi-oblasti-na-period-2021-2027-roky/>
111. Міністерство розвитку громад та територій України. (2020q). *Стратегія розвитку Полтавської області 2021 – 2027.* Взято з: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/strategiya-rozvytku-poltavskoyi-oblasti-2021-2027/>
112. Міністерство розвитку громад та територій України. (2020г). *Стратегія розвитку Рівненської області на період до 2027 року.* Взято з: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na->

- period-do-2027-roku/strategiya-rozvytku-rivnenskoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku/
113. Міністерство розвитку громад та територій України. (2020s). *Стратегія розвитку Тернопільської області на період до 2027 року*. Взято з: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2021/02/strategiya-rozvytku-ternopilskoyi-oblasti-na-2021-2027-roky.pdf>
 114. Міністерство розвитку громад та територій України. (2020t). *Стратегія розвитку Харківської області на 2021 – 2027 роки*. Взято з: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/strategiya-rozvytku-harkivskoyi-oblasti-na-2021-2027-roky/>
 115. Міністерство розвитку громад та територій України. (2020u). *Стратегія розвитку Херсонської області на період 2021 – 2027 років*. Взято з: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/strategiya-rozvytku-hersonskoyi-oblasti-na-period-2021-2027-rokiv/>
 116. Міністерство розвитку громад та територій України. (2020v). *Стратегія розвитку Хмельницької області на 2021 – 2027 роки*. Взято з: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/strategiya-rozvytku-hmelnyczkoyi-oblasti-na-2021-2027-roky/>
 117. Міністерство розвитку громад та територій України. (2020w). *Стратегія*

- розвитку Черкаської області на період 2021 – 2027 роки.* Взято з: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/12/strategiya-rozvytku-cherkaskoyi-oblasti-na-period-2021-2027-roky.pdf>
118. Міністерство розвитку громад та територій України. (2020х). *Стратегія сталого розвитку Чернігівської області на період до 2027 року.* Взято з: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvytku-na-period-do-2027-roku/regionalni-strategiyi-rozvytku-na-period-do-2027-roku/strategiya-stalogo-rozvytku-chernigivskoyi-oblasti-na-period-do-2027-roku/>
119. Міністерство розвитку громад та територій України. (2021а). *Офіційний сайт.* Взято з: <https://www.minregion.gov.ua/about/>
120. Міністерство розвитку громад та територій України. (2021б). *План заходів з реалізації у 2021 – 2023 роках Стратегії розвитку Львівської області на період 2021 – 2027 років.* Взято з: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2021/11/plan-zahodiv-z-realizacziyi-u-2021-2023.pdf>
121. Міністерство освіти і науки України. (2020). *Стратегія розвитку вищої освіти в Україні на 2021 – 2031 роки.* Взято з: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/rizne/2020/09/25/rozvitku-vishchoi-osviti-v-ukraini-02-10-2020.pdf>
122. Моргачов, І. В. (2011). Особливості реалізації державної інноваційної політики. *Менеджер*, 2 (56), 37-41. DOI:10.32983/2222-4459-2020-1-129-135
123. Мрихіна, О. Б., Стояновський, А. Р. та Міркунова, Т. І. (2015). Перспективи стартап-компаній у контексті конкурентоспроможного розвитку українського ринку високих технологій. *Актуальні проблеми економіки*, 9, 215-225. Взято з: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2015_9_29
124. Назарова, Г. В. (2019). *Економіка праці.* Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 330 с.

- Взято з: https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/07/Nazarova.-Ekonomika-pratsi_2019.pdf
125. Національна економічна стратегія 2030. (2020). Взято з: <https://nes2030.org.ua/>
126. Національний університет «Львівська політехніка». (2021). *Офіційний сайт. Стратегія 2025*. Взято з: <https://lpnu.ua/2025>
127. Ніколаєва, О., Онопрієнко, А., Таран, С., Шоломицький Ю. та Яворський, П. (2020). Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України. Зведений звіт. *Київська школа економіки*, с. 111. Взято з: <https://kse.ua/ua/kse-research/kreativni-industriyi-vpliv-na-rozvitok-ekonomiki-ukrayini/>
128. Новосад, В. П., Селіверстов, Р. Г. та Артим, І. І. (2009). *Кількісні методи експертного оцінювання*. Київ: НАДУ. Взято з: <http://heqes.kubg.edu.ua/wp-content/uploads.pdf>
129. Опря, А. Т. (2012). *Статистика (модульний варіант з програмованою формою контролю знань)*. Київ: Центр учбової літератури.
130. Петровський, П. М. (2016). Теоретико-методологічні основи формування ефективного суб'єкта регіонального розвитку в сучасних умовах України. *Регіональна політика*, 1, 42-47. Взято з: <https://repository.knuba.edu.ua/bitstream/handle/987654321/6387/%d0%a0%d0%b5%d0%b3%d1%96%d0%be%d0%bd%d0%b0%d0%bb%d1%8c%d0%bd%d0%b0%20%d0%bf%d0%be%d0%bb%d1%96%d1%82%d0%b8%d0%ba%d0%b0%20%d0%97%d0%b1.%d0%bf%d1%80%d0%b0%d1%86%d1%8c%202016%20%d0%a7%d0%b0%d1%81%d1%82.1-42-47.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
131. Писаренко, Т. В., Куранда, Т. К., Кваша, Т. К. та ін. (2021). *Стан науково інноваційної діяльності в Україні у 2020 році: науково-аналітична записка*. Київ: УкрІНТЕІ. Взято з: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/.pdf>
132. Плаксюк, О. О., Павловська, А. С. та Руденко, О. А. (2019). Роль інноваційного менеджменту в економічному розвитку регіонів. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*, 4 (21), 105-113. Взято з: <https://er.chdtu.edu.ua/bitstream.pdf>

133. Подольчак, Н. Ю. (2021). Державне регулювання та розвиток інвестиційної діяльності в сільському господарстві: колективна монографія. Львів: «Растр-7», 230 с.
134. Подольчак, Н. Ю. та Левицька, Я. В. (2021). Поняття та структура креативних індустрій в державному управлінні. *Державне управління: удосконалення та розвиток*, 10. DOI: 10.32702/2307-2156-2021.10.1
135. Подольчак, Н. Ю., Левицька, Я. В. та Іванкова, Н. О. (2021). Діяльність та перспективні напрямки Tech Startup School. *Управління інноваційною діяльністю: теорія і практика: колективна монографія* (с. 361-376). Київ: Аграр Медіа Груп.
136. Подольчак, Н. Ю., Карковська, В. Я. та Левицька, Я. В. (2021). Екосистеми розвитку стартапів як принцип здійснення державної інноваційної політики. *Інвестиції: практика та досвід*, 8, 82–87. DOI: [10.32702/2306-6814.2021.8.82](https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.8.82)
137. Поснова, Т. В. (2019). Креативний людський капітал як чинник інноваційного розвитку економіки. *Економічний простір*, 141, 172-182. Взято з: http://nbuv.gov.ua/UJRN/есpros_2019_141_16
138. Проскуріна, М. О. (2015). Креативні індустрії як середовище економічної діяльності. *Глобальні та національні проблеми економіки*, 8, 242-245. Взято з: <http://global-national.in.ua/archive/8-2015/50.pdf>
139. Решота, О. А. (2020). Особливості розвитку публічного управління в Україні: сучасні тенденції та проблеми. *Державне управління: удосконалення та розвиток*, 3. DOI: 10.32702/2307-2156-2020.3.37
140. Сімахова, А. О. (2016). Аналіз впливу зовнішньоекономічних чинників на добробут населення України в умовах світових інтеграційних процесів. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, 3, 263-271. Взято з: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2016_3_263_271.pdf
141. Скавронська, І. В. та Гончарук, А. О. (2016). Тенденції розвитку креативних

- індустрій в країнах європейського союзу. *Young Scientist: економічні науки*, 4 (31), 201-205. Взято з: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_4_50
142. Скиба, М. (2016). *Креативна економіка в Європі: 5 кроків до злету*. Взято з: <https://life.pravda.com.ua/culture/2016/03/23/209738/>
143. Слинько, М. Ю. (2021). *Смарт-спеціалізація регіону як інструмент інноваційного розвитку*. (Дис. доктора філософії). Черкаський державний технологічний університет. Взято з: https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/2669/9/%D0%94%D0%B8%D1%81%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F_%D0%A1%D0%B%D0%BD%D1%8C%D0%BA%D0%BE%20%D0%9C.%D0%AE..pdf
144. Сорока, М. А. (2019). Смарт-спеціалізація у стратегічному плануванні на регіональному та місцевому рівнях: витоки підходу та перспективи для України. *Аспекти публічного управління*, 7 (8), 20-29. DOI: 10.15421/151938
145. Сторонянська, І. З. (2020). *Територіальний розвиток і регіональна політика. Стратегування регіонального розвитку на засадах смарт-спеціалізації: наукова доповідь*. Львів, ІРД НАНУ. Взято з: <https://ird.gov.ua/irdp/p20200035.pdf>
146. Сторонянська, І. З., Мельник, М. І. та Лещух І. В. (2020) Передумови і стратегічні пріоритети смарт-спеціалізації регіону. *Економіка України*, 4, 39-55. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2020.04.039>
147. Твоє Місто. (2017). У Львові хочуть ревіталізувати 15 заводів. *Карта*. Взято з: https://tvoemisto.tv/news/u_lvovi_hochut_revitalizuvaty_15_zavodiv_karta_89292.html
148. Твоє Місто. (2018). !FESTrepublic: як на місці заводу у Львові будують ще одне місто. Взято з: <https://tvoemisto.tv/exclusive/festrepublic.1>
149. Узунов, В. В. (2013). Формування механізмів реалізації регіональної інноваційної політики. *Економіка та держава*, 11, 123-128. Взято з: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2013_11_31.

150. Український інститут міжнародної політики. (2019). *Керівництво зі стратегії досліджень та інновацій для смарт-спеціалізації. Неофіційна, адаптована, скорочена версія для внутрішнього користування*. Взято з: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2019/04/Kerivnitstvo-Smart-Spetsializatsiyi-DG-JRC-skrocheniy-ukr.-pereklad-1-1.pdf>
151. Український культурний фонд. (2021). *Офіційний сайт*. Взято з: <https://ucf.in.ua/>
152. Український фонд стартапів. (2021). *Офіційний сайт*. Взято з: <https://usf.com.ua/>
153. Урядовий портал. (2019). *Уряд затвердив перелік видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій*. Взято з: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhnoyi-diyalnosti-yaki-nalezhat-do-kreativnih-industrij>
154. Фарінья, К. (2017). *Розвиток культурних та креативних індустрій в Україні*. Взято з: <https://www.culturepartnership.eu/upload/2017/UA.pdf>
155. Холодницька, А. В. (2018). Актуальні тенденції розвитку креативних індустрій в Україні в умовах глобалізації. *Економіка і суспільство*, 14, 151–157. Взято з: http://economyandsociety.in.ua/journal/14_ukr/19.pdf
156. Чайка, Т. Ю. та Авдєєва, Л. В. (2018). Класичні концепції інновацій і сучасність: емпіричні підтвердження та коригування. Базові індикатори інноваційної активності. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*, 18 (3), 123-128. Взято з: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/.pdf>
157. Череп, А. В. та Стрілець, Є. М. (2013). Ефективність як економічна категорія. *Ефективна економіка*, 1. Взято з: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1727>
158. Чорнобай, Л. І. та Дума, О. І. (2015). Бізнес-процеси підприємства: класифікація

- та структурно-ієрархічна модель. *Економічний аналіз*, 22 (2), 171-182. Взяти з: http://nbuv.gov.ua/UJRN/escan_2015_22%282%29__25
159. Центр підприємництва УКУ. (2021). *Офіційний сайт*. Взято з: <https://ucucfe.com.ua/>
160. Шарова, С. В. (2015). Економіко-статистичний аналіз ефективності господарської діяльності регіону на початку економічної кризи. *Ефективна економіка*, 4. Взято з : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3957>
161. Шашина, М. В., Солосіч, О. С., Місяйло, О. В. та Очеретяна, О. В. (2021). Аналіз стратегій регіонального розвитку в контексті імплементації засадничих положень концепції смарт-спеціалізації у національну політику розвитку регіонів. *Ефективна економіка*, 5. DOI: [10.32702/2307-2105-2021.5.71](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.5.71)
162. Швець, Н. В. та Шевцова, Г. З. (2020). Розвиток підприємництва та його роль у реалізації підходу смарт-спеціалізації в Україні. *Економічний вісник Донбасу*, 2 (60). doi: 10.12958/1817-3772-2020-2(60)-53-66
163. Шевченко, О. В. (2016). Оновлення регіональних стратегій задля забезпечення стабільного розвитку. Взято з: https://niss.gov.ua/sites/default/2016/region_strategy.pdf
164. Шульц, С. Л. (2018). *Механізми реалізації регіональної політики: оцінка ефективності та напрями удосконалення*. ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України». Львів.
165. Щеглюк, С. Д. (2017). Особливості розвитку креативної індустрії України: перспективні форми просторової організації. *Регіональна економіка*, 6 (128), 143-150. Взято з: [http://ird.gov.ua/sep/sep20176\(128\)/sep20176\(128\)_143_ShcheglyukS.pdf](http://ird.gov.ua/sep/sep20176(128)/sep20176(128)_143_ShcheglyukS.pdf)
166. Яцюк, О. (2018). Смарт-спеціалізація розвитку регіону як важливий напрям підвищення його конкурентоспроможності та інноваційної активності. *Науковий вісник ІФНТУНГ*, 2, 54-60. DOI: 10.31471/2409-0948-2018-2(18)-54-60
167. Benavente, J. M. & Grazzi, M. (2017). Public Policies for Creativity and

- Innovation: Promoting the Orange Economy in Latin America and the Caribbean. *IDB*. September, 33-36. Retrieved from: <https://publications.iadb.org/en/publicpolicies>
168. Boix, R, De Miguel, B. and Hervás, J. L. (2013). *Creative service business and regional performance: evidence for the European regions*. DOI: 10.1007/s11628-012-0165-7
169. CASES. (2021). Локація креативу KIVSH, або як створити щось правдиво нове. Взято з: <https://cases.media/case/lokaciya-kreativu-kivsh-abo-yak-stvoriti-shos-pravdivo-nove>
170. Chukhray, N. and Mrykhina, O. (2019). Technology assessment to transfer them from an engineering university to a business environment. *Problems and Perspectives in Management*, 17 (4), 504-516. doi:10.21511/ppm.17(4).2019.41
171. Dannenberg, P., Diez, J. R. and Schiller, D. (2018). Spaces for integration or a divide? New generation growth corridors and their integration in global value chains in the Global South. *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie*, 62. DOI:10.1515/zfw-2017-0034
172. Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books.
173. Gwara Media. (2020). Креативні індустрії – радикальні зміни. Взято з: <https://gwaramedia.com/kreatyvni-industriyi-shho-de-yak/>
174. Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin Books Limited.
175. Jam Factory. (2019). *Jam Factory*. Retrieved from: <https://jamfactory.ua/ua/>
176. Industry4ukraine. (2020a). Смарт-спеціалізація в Україні: чому не так як в Європі? Відновлено з: <https://www.industry4ukraine.net/bez-kategoriyi-uk/smart-specjalizacziya-v-ukrayini-chomu-ne-tak-yak-v-yevropi/>
177. Industry4ukraine. (2020b). *Смарт-спеціалізація – як реагує бізнес та наукова*

- спільнота на дисбаланси стратегії.* Взято з: <https://www.industry4ukraine.net/publications/smart-specjalizacziya-yak>
178. Industry4ukraine. (2021). *Смарт-спеціалізація в Україні – якою має бути цільова модель.* Взято з: <https://www.industry4ukraine.net/publications/smart-specjalizacziya>
179. Ivashchenko, A., Kornyliuk, A., Polishchuk, Y., Romanchenko, T. and Iryna Reshetnikova, I. (2020). Regional smart specialization in Ukraine: JRC methodology applicability. *Problems and Perspectives in Management*, 18 (4), 247-263. doi:10.21511/ppm.18(4).2020.21
180. LvivTravel. (2021). Ревіталізація у Львові: від Підзамче до Шевченка. Взято з: <https://lviv.travel/ua/news/revitalizatsia-u-lvovi>
181. Office of the official publications of the European Union. (2009). *Європейська регіональна політика: натхнення для країн, що не входять до ЄС? Застосування принципів та обмін досвідом.* DOI: 10.2776/12522
182. ОККО GROUP. (2021). *Офіційний сайт.* Взято з: <https://www.okkogroup.com.ua/companies/tiekhnopark>
183. Podolchak, N. Yu., Karkovska, V. Ya. and Levytska, Y. V. (2020). Management of innovative projects on the basis of a system-oriented approach. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*, 3 (13), 40-47. DOI: 10.5281/zenodo.4435017
184. Potts, J., & Cunningham, S. (2008). Four models of the creative industries. *International Journal of Cultural Policy*, 14 (3), 233-247. <https://doi.org/10.1080/10286630802281780>
185. PROMYSLOVY. (2021). *Офіційний сайт.* Взято з: <https://promyslovy.com.ua/>
186. Sacco, P. L., Pedrini, S. (2003). Il distretto culturale: mito o opportunità? *Il Risparmio* 51:101–155
187. Skrynkovskyu, R., Podolchak, N., Levytska, Y. and Konovalyuk, I. (2021).

- Тенденції розвитку інноваційної інфраструктури регіонів України для впровадження смарт-спеціалізації «креативні індустрії». *Traektoriâ Nauki*, 7 (11), 4046-4056.
188. Smart Specialisation Platform. (2020a). *What is smart-specialisation?*
Retrieved from: <https://s3platform.jrc.ec.europa.eu/what-we-do>
189. Smart Specialisation Platform. (2020b). *Ukraine and Smart Specialisation*.
Retrieved from: <https://s3platform.jrc.ec.europa.eu/ukraine>
190. Startup Depo. (2021). *Офіційний сайт*. Взято: <https://startupdepo.lviv.ua/>
191. Tech Startup School. (2021). *Офіційний сайт*. Взято з: <https://tsus.lpnu.ua/tsus>
192. Ukraine crisis media center. (2020). *Смарт-спеціалізація в Україні: півроку після прийняття обласних стратегій розвитку*. Взято з: <https://uacrisis.org/uk/smart-spetsializatsiya-v-ukrayini>
193. UNCTAD. (2008). *Creative Economy Report*. Retrieved from: https://unctad.org/system/files/official-document/ditc20082cer_en.pdf
194. UNCTAD. (2018). *Creative economy outlook. Trends in international trade in creative industries 2002-2015. Country profiles 2005-2014*. Retrieved from: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf
195. UNCTADstat. (2020). *Classifications*. Retrieved from: <http://unctadstat.unctad.org/EN/Classifications.htm>
196. UNESCO Institute for Statistics. (2019). *International trade of cultural goods and services: measurement challenges*. Retrieved from: <https://unctad.org/system/files/non-official-document/cep2019-30-10-pwp-Lydia%20Delomeaux.pdf>
197. ZAXID.NET. (2017). *Навіщо вкладати \$7 млн у старе депо*. Взято з: https://zaxid.net/navishho_vkladati_7 mln_u_stare_depo_n1436739

ДОДАТКИ

Кількість суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2010-2019 роках

№	КВЕД	Вид економічної діяльності	Роки							
			2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
1	32.12	Виробництво ювелірних і подібних виробів	Усього, одиниць	1158	1204	1162	1115	1053	1048	1028
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	825	925	891	893	819	819	801
			у % до загального показника суб'єктів господарювання (СГ) відповідного виду діяльності	71,2	76,8	76,7	80,1	77,8	78,1	77,9
2	32.13	Виробництво біжутерії та подібних виробів	Усього, одиниць	116	149	158	148	124	123	121
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	109	140	147	141	116	113	112
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	94,0	94,0	93,0	95,3	93,5	91,9	92,6
3	32.20	Виробництво музичних інструментів	Усього, одиниць	22	27	27	24	23	21	24
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	8	13	17	15	14	11	14
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	36,4	48,1	63,0	62,5	60,9	52,4	58,3
4	58.11	Видання книг	Усього, одиниць	1232	1239	1234	1051	1002	969	999
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	438	521	549	509	450	425	440
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	35,6	42,1	44,5	48,4	44,9	43,9	44,0
5	58.13	Видання газет	Усього, одиниць	1401	1293	1281	1145	1096	1091	1154
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	374	436	440	420	322	283	289
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	26,7	33,7	34,3	36,7	29,4	25,9	25,0
6	58.14	Видання журналів та періодичних видань	Усього, одиниць	1279	1269	1228	1068	978	959	964
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	399	496	480	457	355	323	316
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	31,2	39,1	39,1	42,8	36,3	33,7	32,8
7	58.19	Інші види видавничої діяльності	Усього, одиниць	1756	1798	1581	1437	1279	1176	1178
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	943	1126	961	963	799	723	726
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	53,7	62,6	60,8	67,0	62,5	61,5	61,6
8	58.21	Видання комп'ютерних ігор	Усього, одиниць	553	617	523	579	625	753	855
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	486	559	470	527	572	696	792
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	87,9	90,6	89,9	91,0	91,5	92,4	92,6

Продовження додатку А

9	58.29	Видання іншого програмного забезпечення	Усього, одиниць	2800	3229	2643	2603	2634	2830	3150
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	2480	2929	2341	2346	2333	2506	2802
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	88,6	90,7	88,6	90,1	88,6	88,6	89,0
10	59.11	Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	Усього, одиниць	1460	1738	2111	1893	1997	2548	3144
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	776	1115	1502	1385	1430	1943	2473
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	53,2	64,2	71,2	73,2	71,6	76,3	78,7
11	59.12	Компонування кіно- та відеофільмів	Усього, одиниць	77	100	115	144	180	315	391
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	53	82	101	135	166	297	370
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	68,8	82,0	87,8	93,8	92,2	94,3	94,6
12	59.13	Розповсюдження кіно- та відеофільмів	Усього, одиниць	152	157	164	167	145	142	148
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	70	75	82	97	76	72	72
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	46,1	47,8	50,0	58,1	52,4	50,7	48,6
13	59.14	Демонстрація кінофільмів	Усього, одиниць	500	484	495	456	427	400	413
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	297	331	353	332	297	277	282
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	59,4	68,4	71,3	72,8	69,6	69,3	68,3
14	59.20	Видання звукозаписів	Усього, одиниць	187	208	208	191	198	213	265
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	94	128	134	137	143	153	192
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	50,3	61,5	64,4	71,7	72,2	71,8	72,5
15	60.10	Діяльність у сфері радіомовлення	Усього, одиниць	428	368	458	341	361	378	388
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	36	33	122	44	48	65	65
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	8,4	9,0	26,6	12,9	13,3	17,2	16,8
16	60.20	Діяльність у сфері телевізійного мовлення	Усього, одиниць	942	853	834	768	768	772	800
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	155	166	152	163	150	142	155
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	16,5	19,5	18,2	21,2	19,5	18,4	19,4
17	62.01	Комп'ютерне програмування	Усього, одиниць	36957	54072	55015	66308	79430	99352	120313
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	34289	51581	52345	63858	76521	95978	116282
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	92,8	95,4	95,1	96,3	96,3	96,6	96,6

Продовження додатку А

18	62.02	Консультування з питань інформатизації	Усього, одиниць	15830	20030	19365	20462	22164	24269	27254
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	14452	18796	18099	19363	20943	22958	25814
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	91,3	93,8	93,5	94,6	94,5	94,6	94,7
19	63.91	Діяльність інформаційних агенств	Усього, одиниць	440	527	681	682	655	674	717
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	290	378	511	520	461	441	459
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	65,9	71,7	75,0	76,2	70,4	65,4	64,0
20	70.21	Діяльність у сфері зв'язків з громадськістю	Усього, одиниць	443	601	668	746	818	933	1086
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	314	499	560	666	715	820	960
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	70,9	83,0	83,8	89,3	87,4	87,9	88,4
21	71.11	Діяльність у сфері архітектури	Усього, одиниць	4105	4422	4321	4319	4792	5355	5978
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	1507	2239	2146	2482	2762	3246	3763
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	36,7	50,6	49,7	57,5	57,6	60,6	62,9
22	72.20	Дослідження і експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук	Усього, одиниць	472	548	638	659	696	731	777
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	322	431	515	569	601	631	677
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	68,2	78,6	80,7	86,3	86,4	86,3	87,1
23	73.11	Рекламні агенства	Усього, одиниць	9296	10031	10497	10020	10196	10769	12443
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	5122	6318	6812	6914	6804	7244	8527
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	55,1	63,0	64,9	69,0	66,7	67,3	68,5
24	73.12	Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації	Усього, одиниць	1810	1905	1675	1501	1433	1444	1567
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	990	1231	1033	1015	934	938	1044
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	54,7	64,6	61,7	67,6	65,2	65,0	66,6
25	74.10	Спеціалізована діяльність із дизайну	Усього, одиниць	2809	3950	3768	4078	4307	5116	6284
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	2512	3663	3490	3854	4046	4825	5947
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	89,4	92,7	92,6	94,5	93,9	94,3	94,6
26	74.20	Діяльність у сфері фотографії	Усього, одиниць	4458	5155	7105	4768	4332	4235	4341
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	4229	4965	6917	4619	4176	4079	4187
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	94,9	96,3	97,4	96,9	96,4	96,3	96,5

Продовження додатку А

27	74.30	Надання послуг перекладу	Усього, одиниць	2696	3435	3074	3168	3149	3300	3556
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	2405	3170	2812	2934	2899	3035	3290
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	89,2	92,3	91,5	92,6	92,1	92,0	92,5
28	85.52	Освіта у сфері культури	Усього, одиниць	950	1153	1106	1147	1178	1368	1619
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	892	1107	1055	1105	1128	1310	1557
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	93,9	96,0	95,4	96,3	95,8	95,8	96,2
29	90.01	Театральна та концертна діяльність	Усього, одиниць	1145	1370	1503	1474	1327	1359	1506
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	867	1116	1249	1266	1093	1105	1216
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	75,7	81,5	83,1	85,9	82,4	81,3	80,7
30	90.02	Діяльність щодо підтримання театральних і концертних заходів	Усього, одиниць	409	499	509	423	437	471	528
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	275	372	386	333	322	347	388
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	67,2	74,5	75,8	78,7	73,7	73,7	73,5
31	90.03	Індивідуальна мистецька діяльність	Усього, одиниць	883	1234	1225	1436	1410	1833	2193
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	829	1181	1180	1407	1378	1802	2154
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	93,9	95,7	96,3	98,0	97,7	98,3	98,2
32	90.04	Функціонування театральних і концертних залів	Усього, одиниць	63	53	60	100	73	66	66
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	17	19	16	67	41	32	30
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	27,0	35,8	26,7	67,0	56,2	48,5	45,5
33	91.01	Функціонування бібліотек і архівів	Усього, одиниць	189	193	228	195	189	201	206
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	130	149	161	121	117	124	125
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	68,8	77,2	70,6	62,1	61,9	61,7	60,7
34	91.02	Функціонування музеїв	Усього, одиниць	44	32	44	36	35	40	44
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	16	18	23	13	13	17	17
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	36,4	56,3	52,3	36,1	37,1	42,5	38,6

Примітка: сформовано автором на основі джерел Державна служба статистики, 2021с.

Обсяг виробленої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2013-2019 роках

№	КВЕД	Вид економічної діяльності		Роки						
				2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1	32.12	Виробництво ювелірних і подібних виробів	Усього, тис.грн	553 902,7	444 889,5	491 045,9	548 772,8	654 977,8	1188238,4	878984,5
			з них фізичні особи-підприємці, тис.грн	116134,7	113400,2	121582,8	172584,5	222888,0	274475,5	285771,1
			у % до загального показника суб'єктів господарювання (СГ) відповідного виду діяльності	21,0	25,5	24,8	31,4	34,0	23,1	32,5
2	32.13	Виробництво біжутерії та подібних виробів	Усього, тис.грн	12407,3	12629,7	15034,1	22922,8	33195,6	43995,7	93272,1
			з них фізичні особи-підприємці, тис.грн	11768,2	к	13441,8	к	к	к	к
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	94,8	к	89,4	к	к	к	к
3	32.20	Виробництво музичних інструментів	Усього, тис.грн	7753,3	9574,8	20067,9	17567,0	17929,3	18592,6	к
			з них фізичні особи-підприємці, тис.грн	614,1	623,3	909,2	1999,1	к	к	3190,3
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	7,9	6,5	4,5	11,4	к	к	к
4	58.11	Видання книг	Усього, тис.грн	1190092,6	1154104,4	1044130,8	1606879,7	1704800,0	2255398,3	2774320,9
			з них фізичні особи-підприємці, тис.грн	108074,9	95177,8	127301,4	158940,7	194374,1	233678,4	253118,6
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	9,1	8,2	12,2	9,9	11,4	10,4	9,1
5	58.13	Видання газет	Усього, тис.грн	1488171,4	1192593,2	1266796,6	1262144,5	1431807,7	1687869,8	1658655,2
			з них фізичні особи-підприємці, тис.грн	89586,7	81232,0	91847,4	102539,0	122965,2	144980,1	162999,9
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	6,0	6,8	7,3	8,1	8,6	8,6	9,8
6	58.14	Видання журналів та періодичних видань	Усього, тис.грн	1832573,8	1830849,6	1696093,5	1446460,9	1332931,9	1552804,0	1587990,5
			з них фізичні особи-підприємці, тис.грн	90537,7	79464,1	95282,2	121572,5	155230,5	164371,0	165543,2
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	4,9	4,3	5,6	8,4	11,6	10,6	10,4
7	58.19	Інші види видавничої діяльності	Усього, тис.грн	1335215,7	973837,2	1126922,0	1417973,8	1577695,7	2141187,0	1960437,3
			з них фізичні особи-підприємці, тис.грн	204618,5	202340,2	231255,4	327500,9	383712,0	431903,6	473961,6
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	15,3	20,8	20,5	23,1	24,3	20,2	24,2
8	58.21	Видання комп'ютерних ігор	Усього, тис.грн	143 610,2	178 438,5	310 404,9	413 316,4	658 044,0	799 129,1	909 491,1
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	100704,8	131578,3	177649,5	251061,3	384633,0	526510,2	601926,0
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	70,1	73,7	57,2	60,7	58,5	65,9	66,2

Продовження додатку Б

9	58.29	Видання іншого програмного забезпечення	Усього, тис. грн	1255533,9	1305830,1	1665271,8	2681654,9	3162758,2	3355159,5	3898299,9
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	529947,2	740596,1	1081957,0	1513905,4	1915729,6	2390965,6	2681517,5
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	42,2	56,7	65,0	56,5	60,6	71,3	68,8
10	59.11	Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	Усього, тис. грн	1709846,2	2033103,4	2035421,2	3514583,3	4533036,3	5593522,4	9540365,4
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	164805,2	157848,5	341769,0	653765,1	1066793,2	1819461,4	2503280,5
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	9,6	7,8	16,8	18,6	23,5	32,5	26,2
11	59.12	Компонування кіно- та відеофільмів	Усього, тис. грн	74564,1	46589,2	74115,2	116337,3	213612,4	341973,3	432060,0
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	13009,5	12730,1	25617,2	к	123310,8	219268,4	296638,6
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	17,4	27,3	34,6	к	57,7	64,1	68,7
12	59.13	Розповсюдження кіно- та відеофільмів	Усього, тис. грн	630411,8	649675,1	744926,8	1132682,1	1316851,4	1547595,2	2076643,7
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	17105,0	18397,5	9896,5	к	28232,0	53761,1	52227,9
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	2,7	2,8	1,3	к	2,1	3,5	2,5
13	59.14	Демонстрація кінофільмів	Усього, тис. грн	928317,9	964287,0	1235245,7	1603425,3	2018585,7	3143501,3	3863926,9
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	80919,0	68825,3	83404,5	139454,9	182556,4	185190,1	230107,0
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	8,7	7,1	6,8	8,7	9,0	5,9	6,0
14	59.20	Видання звукозаписів	Усього, тис. грн	94 239,0	189 221,5	76 619,0	145 522,3	163 125, 0	207 205,5	284 509,7
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	20151,3	20428,3	18795,7	36902,6	58054,3	89277,3	120016,7
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	21,4	10,8	24,5	25,4	35,6	43,1	42,2
15	60.10	Діяльність у сфері радіомовлення	Усього, тис. грн	224117,4	369099,8	305466,1	384759,2	369371,5	363238,3	552285,9
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	5748,8	7835,0	15719,7	17698,2	20011,2	30688,4	35802,1
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	2,6	2,1	5,1	4,6	5,4	8,4	6,5
16	60.20	Діяльність у сфері телевізійного мовлення	Усього, тис. грн	6847831,7	6800425,6	6688875,7	8116028,2	13168921,7	12012156,1	13870502,4
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	48665,6	43982,6	48574,5	80966,6	97068,0	121504,6	150457,1
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	0,7	0,6	0,7	1,0	0,7	1,0	1,1
17	62.01	Комп'ютерне програмування	Усього, тис. грн	13440464,8	22933517,2	37224193,5	59472578,7	81223404,3	111106710,1	138833353,2
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	5171848,7	9032216,0	17331622,7	29085462,3	44685585,7	63908112,0	81913424,8
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	38,5	39,4	46,6	48,9	55,0	57,5	59,0

Продовження додатку Б

18	62.02	Консультавання з питань інформатизації	Усього, тис. грн	6346776,6	6909516,0	10437860,0	15439653,6	20642623,3	26233267,3	31730444,1
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	2737284,8	3992798,9	6722658,5	9875972,4	13682110,5	17948895,7	21194520,9
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	43,1	57,8	64,4	64,0	66,3	68,4	66,8
19	63.91	Діяльність інформаційних агенств	Усього, тис. грн	116468,2	103058,4	160726,2	245226,9	284880,4	362557,7	510722,8
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	38493,7	37154,0	58592,7	109389,8	141809,8	175982,8	217969,7
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	33,1	36,1	36,5	44,6	49,8	48,5	42,7
20	70.21	Діяльність у сфері зв'язків з громадськістю	Усього, тис. грн	317566,0	280717,9	384319,1	508761,8	580788,7	800721,0	1054149,8
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	53622,7	92766,7	к	к	308501,3	408109,0	525955,4
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	16,9	33,0	к	к	53,1	51,0	49,9
21	71.11	Діяльність у сфері архітектури	Усього, тис. грн	2783410,4	2783823,5	2536760,7	4674781,1	5011671,7	6508410,8	8013810,4
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	182284,4	237818,5	417295,5	830472,9	1482280,6	2098124,7	2637504,8
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	6,5	8,5	16,4	17,8	29,6	32,2	32,9
22	72.20	Дослідження і експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук	Усього, тис. грн	113580,4	120431,7	164756,3	261252,4	271258,9	2897379,5	513593,9
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	46872,2	63953,9	107120,6	160654,8	228497,6	к	311699,5
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	41,3	53,1	65,0	61,5	84,2	к	60,7
23	73.11	Рекламні агенства	Усього, тис. грн	14998447,8	14220264,4	15550572,6	20304328,0	24820076,0	32841257,5	39451116,1
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	849940,6	901414,3	1388192,9	2186993,0	3516828,3	5095074,2	6722135,3
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	5,7	6,3	8,9	10,8	14,2	15,5	17,0
24	73.12	Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації	Усього, тис. грн	7787640,9	4736619,9	4993758,4	6919281,4	9014669,8	10431436,8	12876512,2
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	235233,9	233801,9	278801,8	410222,4	593550,8	746110,9	925123,9
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	3,0	4,9	5,6	5,9	6,6	7,2	7,2
25	74.10	Спеціалізована діяльність із дизайну	Усього, тис. грн	777208,8	520710,8	740857,5	1123036,1	1741250,4	2449098,3	3625316,5
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	318341,5	404369,8	560452,9	959662,4	1529545,2	2181057,9	2984242,0
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	41,0	77,7	75,6	85,5	87,8	89,1	82,3

Продовження додатку Б

26	74.20	Діяльність у сфері фотографії	Усього, тис. грн	451151,6	391996,0	552468,5	584376,3	851121,5	1074496,4	1253044,1
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	375202,4	344699,0	524159,2	536761,9	788643,8	991586,9	1168749,0
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	83,2	87,9	94,9	91,9	92,7	92,3	93,3
27	74.30	Надання послуг перекладу	Усього, тис. грн	446611,0	511088,9	667199,9	931510,8	1296627,3	1652286,4	1875603,2
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	328627,8	389221,1	540802,8	773638,1	1063326,5	1394950,0	1599616,1
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	73,6	76,2	81,1	83,1	82,0	84,4	85,3
28	85.52	Освіта у сфері культури	Усього, тис. грн	74320,8	61413,1	95059,5	127576,4	197023,3	289516,2	к
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	67190,4	59512,7	86321,5	123169,3	187941,1	278661,3	397173,8
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	90,4	96,9	90,8	96,5	95,4	96,3	к
29	90.01	Театральна та концертна діяльність	Усього, тис. грн	978877,6	892973,6	914832,3	812908,2	989977,3	1292630,7	1527034,0
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	123477,5	98476,3	122453,3	210618,9	369181,7	540299,4	748910,8
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	12,6	11,0	13,4	25,9	37,3	41,8	49,0
30	90.02	Діяльність щодо підтримання театральних і концертних заходів	Усього, тис. грн	170265,0	173800,6	222080,4	302887,8	576924,6	724885,6	812521,5
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	54819,0	54663,2	107731,9	149714,1	278600,4	387341,2	436083,8
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	32,2	31,5	48,5	49,4	48,3	53,4	53,7
31	90.03	Індивідуальна мистецька діяльність	Усього, тис. грн	81 776,2	99 837,4	142 856,4	238 469,5	367 513,5	612 562,1	888 176,6
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	73017,6	96464,2	140026,8	234905,2	362308,5	607642,1	881267,6
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	89,3	96,6	98,0	98,5	98,6	99,2	99,2
32	90.04	Функціонування театральних і концертних	Усього, тис. грн	99778,7	62209,0	107029,6	115603,4	145797,6	249377,2	292178,6
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	1174,5	687,1	1871,7	5780,3	15328,9	11732,9	14324,5
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	1,2	1,1	1,7	5,0	10,5	4,7	4,9
33	91.01	Функціонування бібліотек і архівів	Усього, тис. грн	39824,2	39341,9	60581,5	74159,2	143039,6	189130,5	191988,8
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	11070,9	10996,7	20915,7	24792,1	27761,5	33481,9	46392,0
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	27,8	28,0	34,5	33,4	19,4	17,7	24,2
34	91.02	Функціонування музеїв	Усього, тис. грн	40580,0	30282,4	45698,5	50740,2	90940,8	94208,1	118016,7
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	1632,9	к	2061,3	к	к	к	7060,7
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	4,0	к	4,5	к	к	к	6,0

Примітка: сформовано автором на основі джерел Державна служба статистики, 2021д.

Додана вартість за витратами виробництва суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2013 – 2019 роках

№	КВЕД	Вид економічної діяльності		Роки						
				2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1	32.12	Виробництво ювелірних і подібних виробів	Усього, тис.грн	244660,6	188330,2	186425,2	222805,8	293322,8	758819,2	346138,4
			з них фізичні особи-підприємці, тис.грн	46680,6	43138,8	42375,4	64323,2	90985,1	108579,4	113055,0
			у % до загального показника суб'єктів господарювання (СГ) відповідного виду діяльності	19,1	22,9	22,7	28,9	31,0	14,3	32,7
2	32.13	Виробництво біжутерії та подібних виробів	Усього, тис.грн	3902,7	4273,2	4110,6	7233,0	12752,8	16341,5	47972,3
			з них фізичні особи-підприємці, тис.грн	3601,3	к	3654,6	к	к	к	к
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	92,3	к/с	88,9	к	к	к	к
3	32.20	Виробництво музичних інструментів	Усього, тис.грн	3778,3	6080,5	10113,6	6093,9	8852,0	8612,6	к
			з них фізичні особи-підприємці, тис.грн	219,6	286,0	260,6	733,4	к	к	1060,1
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	5,8	4,7	2,6	12,0	к	к	к
4	58.11	Видання книг	Усього, тис.грн	477973,7	470261,4	295275,3	464104,3	559831,5	622250,2	1070064,8
			з них фізичні особи-підприємці, тис.грн	35951,2	31028,8	34088,8	46589,9	67269,0	78167,7	89032,8
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	7,5	6,6	11,5	10,0	12,0	12,6	8,3
5	58.13	Видання газет	Усього, тис.грн	731566,1	560022,9	615427,3	568635,4	625864,4	658873,8	748605,8
			з них фізичні особи-підприємці, тис.грн	29276,6	28573,4	24281,8	30341,0	40639,2	47438,9	54030,0
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	4,0	5,1	3,9	5,3	6,5	7,2	7,2
6	58.14	Видання журналів та періодичних видань	Усього, тис.грн	678655,2	832670,4	884111,9	703196,1	630429,8	729629,9	786444,7
			з них фізичні особи-підприємці, тис.грн	31192,7	26540,1	27150,1	36986,9	52655,2	53123,4	52740,2
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	4,6	3,2	3,1	5,3	8,4	7,3	6,7
7	58.19	Інші види видавничої діяльності	Усього, тис.грн	383284,5	371622,5	392590,6	493098,2	593569,0	738331,8	644130,7
			з них фізичні особи-підприємці, тис.грн	72041,4	68901,4	61623,8	101858,0	131309,9	152397,4	161552,6
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	18,8	18,5	15,7	20,7	22,1	20,6	25,1
8	58.21	Видання комп'ютерних ігор	Усього, тис.грн	45314,6	63709,5	75060,2	93589,7	252865,4	266225,0	277421,9
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	26696,5	38670,5	44866,7	72946,7	129743,3	185092,6	203991,6
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	58,9	60,7	59,8	77,9	51,3	69,5	73,5

Продовження додатку В

9	58.29	Видання іншого програмного забезпечення	Усього, тис. грн	553529,3	440616,2	540479,0	1023607,2	1431125,1	1303827,2	1503576,3
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	177461,2	202275,2	277791,4	451395,7	639541,6	805428,1	887525,9
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	32,1	45,9	51,4	44,1	44,7	61,8	59,0
10	59.11	Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	Усього, тис. грн	644163,8	1038114,7	823276,3	1625686,9	2367027,8	2987079,9	4744791,9
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	50736,9	45656,6	83286,8	208185,0	376469,8	637635,4	859803,7
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	7,9	4,4	10,1	12,8	15,9	21,3	18,1
11	59.12	Компонування кіно- та відеофільмів	Усього, тис. грн	37206,6	22886,0	30621,9	47848,7	78053,2	128168,5	158663,4
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	3136,4	3827,9	7033,2	к	45153,3	77525,3	98844,1
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	8,4	16,7	23,0	к	57,8	60,5	62,3
12	59.13	Розповсюдження кіно- та відеофільмів	Усього, тис. грн	170522,5	221340,6	286106,0	510567,0	450958,6	740779,3	1170717,9
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	5252,2	5153,7	2513,7	к	11223,8	22763,8	20367,4
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	3,1	2,3	0,9	к	2,5	3,1	1,7
13	59.14	Демонстрація кінофільмів	Усього, тис. грн	379379,5	428491,5	522187,9	812297,0	1137330,0	2094120,8	2531555,9
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	28728,8	24192,8	23074,3	50016,8	78853,1	83721,3	99799,7
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	7,6	5,6	4,4	6,2	6,9	4,0	3,9
14	59.20	Видання звукозаписів	Усього, тис. грн	37040,8	44806,4	38427,2	71972,0	98472,9	110171,0	130573,1
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	4418,1	6082,8	4872,8	9873,5	19152,0	28456,6	43367,2
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	11,9	13,6	12,7	13,7	19,4	25,8	33,2
15	60.10	Діяльність у сфері радіомовлення	Усього, тис. грн	99263,5	221349,0	166676,9	206495,7	226631,7	134485,1	290683,3
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	1339,0	2117,1	3712,3	5297,9	6052,1	10077,1	11521,2
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	1,3	1,0	2,2	2,6	2,7	7,5	4,0
16	60.20	Діяльність у сфері телевізійного мовлення	Усього, тис. грн	3702575,5	4283987,3	4058291,4	5019116,2	9630231,1	8085545,6	10782713,3
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	18348,8	15158,3	13369,1	27066,5	35686,2	46669,2	58939,8
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	0,5	0,4	0,3	0,5	0,4	0,6	0,5

Продовження додатку В

17	62.01	Комп'ютерне програмування	Усього, тис. грн	6476125,5	9759618,2	11577836,6	20376844,4	32687155,2	39354175,6	4985833 6,3	
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	1983597,7		2572000,0	4405857,3	8221845,1	1983597,7	14075338,5	1995816 1,0
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	30,6	26,4		38,1	40,3	43,1	50,7	51,2
18	62.02	Консультавання з питань інформатизації	Усього, тис. грн	2951082,5		2613757,7	3193623,4	5708798,9	7600163,9	9441274,0	1208264 2,1
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	960541,2		1132456,1	1714446,8	2760538,5	4316570,3	5663707,0	6692251, 1
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	32,5	43,3		53,7	48,4	56,8	60,0	55,4
19	63.91	Діяльність інформаційних агенств	Усього, тис. грн	48549,6	52890,0	67710,8	81331,4	141856,4	138210,3	207167,9	
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	11111,6	12109,6	15118,4	32545,3	55077,9	62893,4	75339,8	
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	22,9	22,9	22,3	40,0	38,8	45,5	36,4	
20	70.21	Діяльність у сфері зв'язків з громадськістю	Усього, тис. грн	201701,2	177185,2	232471,2	253512,6	318417,2	418617,6	507033,4	
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	17787,1	39012,1	к/с	к/с	110794,5	149782,3	193151,4	
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	8,8	22,0	к/с	к/с	34,8	35,8	38,1	
21	71.11	Діяльність у сфері архітектури	Усього, тис. грн	1475088,7	1636329,2	1281111,3	2548446,9	2454385,8	3205890,4	4068425, 9	
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	70399,1	82221,4	127397,7	269066,7	561520,6	789307,9	985199,2	
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	4,8	5,0	9,9	10,6	22,9	24,6	24,2	
22	72.20	Дослідження і експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук	Усього, тис. грн	53310,7	64644,8	56617,9	103656,8	103938,5	2651693,7	249914,5	
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	15955,3	21616,4	30237,6	50565,2	82809,1	к	113534,2	
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	29,9	33,4		53,4	79,7	к	45,4	
23	73.11	Рекламні агенства	Усього, тис. грн	5607034,0	5382370,5	5335230,2		12254730,9	13902225,3	1451028 0,7	
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	393470,1	313312,6	422636,5	8836781,2	742672,0	1364090,4	1991062,3	2639901, 4
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	7,0	5,8	7,9	8,4	11,1	14,3	18,2	

Продовження додатку В

24	73.12	Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації	Усього, тис. грн	4007616,1	2944067,8	1949903,7	3283753,5	4129141,1	3685461,4	4728824,3
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	74864,4	75747,6	80243,0	134781,2	226025,1	287631,2	361271,3
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	1,9	2,6	4,1	4,1	5,5	7,8	7,6
25	74.10	Спеціалізована діяльність із дизайну	Усього, тис. грн	215986,0	187204,8	235107,4	394153,8	673962,9	921448,5	1405811,5
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	153871,9	139536,6	166823,1	322979,4	568276,8	802617,4	1099985,7
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	71,2	74,5	71,0	81,9	84,3	87,1	78,2
26	74.20	Діяльність у сфері фотографії	Усього, тис. грн	257823,2	163843,9	186700,4	223409,1	373106,7	458309,7	505199,1
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	208289,6	136436,3	173013,6	202684,7	326692,7	402841,6	457188,0
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	80,8	83,3	92,7	90,7	87,6	87,9	90,5
27	74.30	Надання послуг перекладу	Усього, тис. грн	205060,0	189174,2	215735,1	328485,0	513600,5	631742,7	723348,9
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	146737,3	131997,8	158376,6	256011,5	393224,1	521074,5	596342,3
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	71,6	69,8	73,4	77,9	76,6	82,5	82,4
28	85.52	Освіта у сфері культури	Усього, тис. грн	28307,2	27521,4	35121,5	57763,3	99482,0	148861,4	к
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	26883,2	26616,1	30589,8	55060,1	92614,4	139072,6	197960,2
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	95,0	96,7	87,1	95,3	93,1	93,4	к/с
29	90.01	Театральна та концертна діяльність	Усього, тис. грн	892067,1	651410,3	759238,6	668275,7	1442498,5	1758660,7	2030854,0
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	40798,3	37739,2	38451,0	75577,0	160477,9	242463,1	325155,4
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	4,6	5,8	5,1	11,3	11,1	13,8	16,0
30	90.02	Діяльність щодо підтримання театральних і концертних заходів	Усього, тис. грн	87033,4	85561,3	96170,6	143976,7	249317,0	304792,2	405444,0
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	26184,0	22618,6	35212,1	58864,1	141971,6	180294,0	199104,0
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	30,1	26,4	36,6	40,9	56,9	59,2	49,1
31	90.03	Індивідуальна мистецька діяльність	Усього, тис. грн	23884,6	36888,7	42815,6	90695,5	141059,5	254482,7	355900,3
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	22269,4	34952,4	41674,7	89349,7	139422,7	252300,1	352163,3
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	93,2	94,8	97,3	98,5	98,8	99,1	98,9
32	90.04	Функціонування театральних і концертних	Усього, тис. грн	69399,0	38814,7	91136,0	106652,9	149673,7	185313,8	216845,6
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	396,6	338,0	833,3	2360,5	8555,7	5691,5	4764,5
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	0,6	0,9	0,9	2,2	5,7	3,1	2,2

Продовження додатку В

33	91.01	Функціонування бібліотек і архівів	Усього, тис. грн	23682,2	26430,0	29074,0	40929,2	63566,0	83568,6	69906,4
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	3575,6	4241,2	6348,3	6441,0	10560,8	11166,4	19542,5
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	15,1	16,0	21,8	15,7	16,6	13,4	28,0
34	91.02	Функціонування музеїв	Усього, тис. грн	18482,5	17423,5	26177,8	30530,7	69383,3	69642,6	84319,4
			з них фізичні особи-підприємці, тис. грн	847,5	к	735,1	к	к	к	1755,8
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	4,6	к	2,8	к	к	к	2,1

Примітка: сформовано автором на основі джерел Державна служба статистики, 2021а.

Кількість зайнятих працівників у суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2013 – 2019 роках

№	КВЕД	Вид економічної діяльності		Роки						
				2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1	32.12	Виробництво ювелірних і подібних виробів	Усього, одиниць	8758	7284	6118	6466	6422	6699	6209
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	2516	2332	2188	2330	2457	2807	2567
			у % до загального показника суб'єктів господарювання (СГ) відповідного виду діяльності	28,7	32,0	35,8	36,0	38,3	41,9	41,3
2	32.13	Виробництво біжутерії та подібних виробів	Усього, одиниць	194	232	220	218	247	285	245
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	178	к	201	к	к	к	К
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	91,8	к	91,4	к	к	к	К
3	32.20	Виробництво музичних інструментів	Усього, одиниць	118	103	85	94	88	91	К
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	15	16	117	18	к	к	19
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	12,7	15,5	20,0	19,1	к	к	к
4	58.11	Видання книг	Усього, одиниць	4945	4546	3847	3631	3450	3310	3963
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	688	849	702	678	610	591	602
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	13,9	18,7	18,2	18,7	17,7	17,9	15,2
5	58.13	Видання газет	Усього, одиниць	12514	10255	8597	7382	7052	6754	6266
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	652	745	601	603	475	469	444
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	5,2	7,3	7,0	8,2	6,7	6,9	7,1
6	58.14	Видання журналів та періодичних видань	Усього, одиниць	7825	7813	6254	5764	4984	4801	4649
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	606	700	575	547	461	446	418
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	7,7	9,0	9,2	9,5	9,2	9,3	9,0
7	58.19	Інші види видавничої діяльності	Усього, одиниць	6062	5375	4138	3838	3662	3736	3813
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	1376	1806	1188	1256	1123	1140	1090
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	22,7	33,6	28,7	32,7	30,7	30,5	28,6
8	58.21	Видання комп'ютерних ігор	Усього, одиниць	887	841	708	897	953	1072	1196
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	502	622	481	558	646	769	845
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	56,6	74,0	67,9	62,2	67,8	71,7	70,7

Продовження додатку Г

9	58.29	Видання іншого програмного забезпечення	Усього, одиниць	4833	4916	4082	4060	4165	4389	5087
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	2695	3231	2427	2448	2527	2707	3009
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	55,8	65,7	59,5	60,3	60,7	61,7	59,2
10	59.11	Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм	Усього, одиниць	7394	7170	6582	8556	8492	9538	11680
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	897	1209	1534	1438	1565	2067	2665
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	12,1	16,9	23,3	16,8	18,4	21,7	22,8
11	59.12	Компонування кіно- та відеофільмів	Усього, одиниць	667	718	298	353	442	758	790
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	55	84	112	к	183	346	389
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	8,2	11,7	37,6	к	41,4	45,6	49,2
12	59.13	Розповсюдження кіно- та відеофільмів	Усього, одиниць	773	653	676	655	523	594	587
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	87	80	85	к	88	86	80
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	11,3	12,3	12,6	к	16,8	14,5	13,6
13	59.14	Демонстрація кінофільмів	Усього, одиниць	4708	3973	3670	4084	3860	4461	5307
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	620	558	523	521	609	729	723
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	13,2	14,0	14,3	12,8	15,8	16,3	13,6
14	59.20	Видання звукозаписів	Усього, одиниць	411	398	323	331	330	275	348
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	128	165	134	137	145	160	208
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	31,1	41,5	41,5	41,4	43,9	58,2	59,8
15	60.10	Діяльність у сфері радіомовлення	Усього, одиниць	1921	1641	1563	1661	1473	1404	1616
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	42	35	128	57	63	77	79
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	2,2	2,1	8,2	3,4	4,3	5,5	4,9
16	60.20	Діяльність у сфері телевізійного мовлення	Усього, одиниць	16300	13652	14283	13689	19533	18085	16448
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	425	373	277	315	311	290	282
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	2,6	2,7	1,9	2,3	1,6	1,6	1,7
17	62.01	Комп'ютерне програмування	Усього, одиниць	57574	77103	74189	86032	100103	122030	146797
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	35871	55643	53676	65408	78963	99219	119451
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	62,3	72,2	72,4	76	78,9	81,3	81,4

Продовження додатку Г

18	62.02	Консультавання з питань інформатизації	Усього, одиниць	25271	28501	27318	28677	31201	33724	38073
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	15518	20625	18973	20591	22374	24633	27537
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	61,4	72,4	69,5	71,8	71,7	73,0	72,3
19	63.91	Діяльність інформаційних агенств	Усього, одиниць	1269	1134	1300	1437	1387	1472	1613
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	329	405	552	570	524	511	534
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	25,9	35,7	42,5	39,7	37,8	34,7	33,1
20	70.21	Діяльність у сфері зв'язків з громадськістю	Усього, одиниць	999	1622	1015	1155	1232	1273	1632
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	359	1057	к	к	728	849	998
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	35,9	65,2	к	к	59,1	66,7	61,2
21	71.11	Діяльність у сфері архітектури	Усього, одиниць	24148	22133	18734	18462	18055	16890	18967
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	1923	2615	2449	2967	3443	4149	4755
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	8,0	11,8	13,1	16,1	19,1	24,6	25,1
22	72.20	Дослідження і експериментальні розробки у сфері суспільних і гуманітарних наук	Усього, одиниць	846	957	932	992	988	1129	1201
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	341	507	535	583	608	к	705
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	40,3	53,0	57,4	58,8	61,5	к	58,7
23	73.11	Рекламні агенства	Усього, одиниць	28506	28116	24913	27185	27721	27525	31953
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	6224	8497	7518	7846	8332	9171	10576
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	21,8	30,2	30,2	28,9	30,1	33,3	33,1
24	73.12	Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації	Усього, одиниць	7564	5801	5257	4686	4983	4670	5132
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	1349	1616	1240	1221	1144	1195	1293
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	17,8	27,9	23,6	26,1	23,0	25,6	25,2
25	74.10	Спеціалізована діяльність із дизайну	Усього, одиниць	4001		5223	4603	5115	5647	6764
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	3045	4297	3922	4417	4885	5920	7113
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	76,1	82,3	85,2	86,4	86,5	87,5	77,3
26	74.20	Діяльність у сфері фотографії	Усього, одиниць	7233	7410	8496	6231	5936	5946	5914
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	6204	6553	8071	5800	5438	5512	5483
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	85,8	88,4	95,0	93,1	91,6	92,7	92,7

Продовження додатку Г

27	74.30	Надання послуг перекладу	Усього, одиниць	4062	4789	4158	4385	4393	4585	5075
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	2969	3765	3247	3420	3465	3726	4040
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	73.1	78.6	78.1	78.0	78.9	81.3	79.6
28	85.52	Освіта у сфері культури	Усього, одиниць	1188	1321	1296	1342	1463	1697	2170
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	1083	1240	1172	1261	1335	1591	2019
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	91.2	93.9	90.4	94.0	91.3	93.8	93.0
29	90.01	Театральна та концертна діяльність	Усього, одиниць	7366	7353	9945	10152	9715	9992	10119
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	1076	1349	1346	1415	1204	1280	1367
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	14.6	18.3	13.5	13.9	12.4	12.8	13.5
30	90.02	Діяльність щодо підтримання театральних і концертних заходів	Усього, одиниць	1301	1201	1048	1046	959	1043	1133
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	445	495	424	378	373	416	458
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	34.2	41.2	40.5	36.1	38.9	39.9	40.4
31	90.03	Індивідуальна мистецька діяльність	Усього, одиниць	1013	1378	1351	1613	1572	2079	2457
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	906	1286	1279	1547	1512	2028	2397
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	89.4	93.3	94.7	95.9	96.2	97.5	97.6
32	90.04	Функціонування театральних і концертних	Усього, одиниць	994	1016	1834	1847	1644	1679	1539
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	32	28	17	82	49	35	32
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	3.2	2.8	0.9	4.4	3.0	2.1	2.1
33	91.01	Функціонування бібліотек і архівів	Усього, одиниць	396	313	459	360	378	415	436
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	150	153	165	125	124	132	132
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	37.9	48.9	35.9	34.7	32.8	31.8	30.3
34	91.02	Функціонування музеїв	Усього, одиниць	218	159	220	221	240	281	275
			з них фізичні особи-підприємці, одиниць	38	к	28	к	к	к	34
			у % до загального показника СГ відповідного виду діяльності	17,4	к	12,7	к	к	к	12,4

Примітка: сформовано автором на основі джерел Державна служба статистики, 2021б.

Продовження додатку Д

	2014 рік								
1	8	2	3	7	5	4	6	1	
2	5	4	1	7	6	2	8	3	
3	6	5	2	7	8	1	4	3	
4	6	3	7	8	4	5	1	2	
5	8	1	6	5	7	4	3	2	
6	8	7	2	4	5	1	3	6	
7	7	1	3	5	6	2	4	8	
8	7	6	2	8	4	5	1	3	
9	5	1	4	6	3	8	2	7	
10	8	3	4	6	7	2	5	1	
S_j	68	33	34	63	55	34	37	36	360
<i>Середній ранг</i>	6,8	3,3	3,4	6,3	5,5	3,4	3,7	3,6	
<i>Ранг фактору</i>	1	8	6	2	3	6	4	5	
$S_{сер}$									45
$S_j - S_{сер}$	23	-12	-11	18	10	-11	-8	-9	
$(S_j - S_{сер})^2$	529	144	121	324	100	121	64	81	
$\sum(S_j - S_{сер})^2$									1484
m									10
$m^2 \times (n^3 - n)$									50400
	2013 рік								
1	8	2	7	5	4	3	6	1	
2	8	4	1	7	5	2	3	6	
3	7	2	3	6	8	1	4	5	
4	6	4	8	7	5	3	2	1	
5	7	1	2	6	3	4	8	5	
6	7	8	4	5	6	1	2	3	
7	8	3	1	6	7	2	4	5	
8	5	8	7	6	3	4	1	2	
9	8	4	1	7	5	2	3	6	
10	6	2	8	5	4	7	3	1	
S_j	70	38	42	60	50	29	36	35	360
<i>Середній ранг</i>	7	3,8	4,2	6,0	5,0	2,9	3,6	3,5	
<i>Ранг фактору</i>	1	5	4	2	3	8	6	7	
$S_{сер}$									45
$S_j - S_{сер}$	25	-7	-3	15	5	-16	-9	-10	
$(S_j - S_{сер})^2$	625	49	9	225	25	256	81	100	
$\sum(S_j - S_{сер})^2$									1370
m									10
$m^2 \times (n^3 - n)$									50400

Примітка: сформовано автором

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні результати дисертації

Колективна монографія

1. Подольчак, Н. Ю., Левицька, Я. В. та Іванкова, Н. О., (2021). Діяльність та перспективні напрямки Tech Startup School. В: *Управління інноваційною діяльністю: теорія і практика*. Київ: Аграр Медіа Груп, 361 - 376 с. (Особистий внесок автора: досліджено етапи інноваційного процесу в організації).

Публікації у виданнях, що включені до міжнародн наукометричних баз даних

2. Skrynkovskyy, R., Podolchak, N., Levytska, Y. And Konovalyuk, I. (2021). Тенденції розвитку інноваційної інфраструктури регіонів України для впровадження смарт-спеціалізації «креативні індустрії». *Traektoriâ Nauki*. Vol. 7, № 11. с. 4046–4056 (Особистий внесок автора: сформовано напрямки впливу інноваційної інфраструктури для впровадження смарт-спеціалізації «креативні індустрії»)

Публікації у наукових фахових виданнях України

3. Podolchak, N.Yu., Karkovska, V. Ya. and Levytska, Y. V. (2020). Management of innovative projects on the basis of a system-oriented approach. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. № 3 (13). с. 40-47. (Особистий внесок автора: визначено та сформовано стадії життєвого циклу стартапів)
4. Подольчак, Н. Ю., Карковська, В. Я. та Левицька, Я. В. (2021). Екосистеми розвитку стартапів як принцип здійснення державної інноваційної політики. *Інвестиції: практика та досвід*. № 8. с. 82–87 (Особистий внесок автора: описано діяльність Tech Startup School)
5. Подольчак, Н. Ю. та Левицька, Я. В. (2021). Поняття та структура креативних індустрій в державному управлінні. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. № 10, URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=2256> (Особистий

внесок автора: проаналізовано перелік та класифікацію креативних індустрій України)

6. Левицька, Я. В. (2021). Механізм впровадження смарт-спеціалізації «креативні індустрії». *Економіка та держава*. № 4 (20). с. 40 – 43.

Навчальний посібник

7. Подольчак, Н. Ю., Шаповалова, Т. В., Химич, О. В., Блинда, Ю. О., Корчинська, О. О., Дума, О. І., Левицька, Я. В., Іванкова, Н. О., Перхач, О. Л., Карковська, В. Я., Олесько, Н. А. (2021). Технології розробки стартапів. Львів: «Растр-7», с. 73 – 86. *(Особистий внесок автора: описано методи залучення коштів для розвитку стартапів)*

Статті у інших періодичних наукових виданнях

8. Подольчак, Н. Ю., Білик, О. І. та Левицька, Я. В. (2019). Сучасний стан цифровізації в Україні. [Електронний ресурс] *Ефективна економіка*. № 10. *(Особистий внесок автора: проаналізовано місце України в світових рейтингах)*
9. Данилович-Кропивницька, М. Л. та Левицька, Я. В. (2019). Аналіз стану та перспектив розвитку ринку інновацій в Україні. *Інтелект XXI*. № 6, ч. 2. с. 58–62. *(Особистий внесок автора: визначено перспективи розвитку інновацій в Україні).*

Опубліковані праці апробаційного характеру

10. Левицька, Я. В.. 2020. Сучасний стан діджиталізації у бізнес-середовищі. В: *Проблеми бізнес-економіки в сучасних умовах*, матеріали всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, 02 березня 2020 р., Львів, с. 49.
11. Левицька, Я. В.. 2021. Інформаційні та інноваційні технології як елемент розвитку креативних індустрій. In: *Information and innovation technologies in the XXI century*, materiały 4 International scientific conference, Katowice, 23–24 September 2021. с. 46 – 47.
12. Левицька, Я. В.. 2021. Розвиток науки в умовах впровадження концепції смарт-спеціалізації. В: *Інноваційний розвиток науки та освіти: глобальний, європейський*

та національний виміри змін, збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції, Полтава, 18 листопада 2021 р. с. 83–84.

13. Левицька, Я. В.. 2021. Моніторинг стратегічного планування України щодо впровадження концепції смарт-спеціалізації. In: *Current issues of science, prospects and challenges*, I International scientific and theoretical conference, 17.12.2021, Сідней, AUS. с. 54–55.
14. Левицька, Я. В.. 2022. Інформаційно-комунікаційний механізм смарт-спеціалізації регіону. В: *Актуальні проблеми сучасної науки та освіти*, матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції, Львів, 20-21 січня, 2022 р. с. 13 –14.

Відомості про апробацію результатів дисертації

№	Тип конференції	Назва конференції	Місце і дата проведення	Тип участі
1	Всеукраїнська науково-практичної інтернет-конференції	Проблеми бізнес-економіки в сучасних умовах	Львів 02 березня 2020 р.	Заочна
2	4 Міжнародна наукова конференція	Information and innovation technologies in the XXI century	Katowice, 23–24 September 2021	Заочна
3	Міжнародна науково-практична конференція	Інноваційний розвиток науки та освіти: глобальний, європейський та національний виміри змін	Полтава, 18 листопада 2021 р.	Заочна
4	1 Міжнародна науково-теоретична конференція	Current issues of science, prospects and challenges	17.12.2021, Сідней, AUS	Заочна
5	IV Міжнародна науково-практична конференція	Актуальні проблеми сучасної науки та освіти	Львів, 20-21 січня, 2022 р.	Заочна