

# ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ОРІЄНТИРІВ КРЕАТИВНОГО РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ НА ОСНОВІ КЛАСТЕРНОГО АНАЛІЗУ

© 2014 ВАХОВИЧ І. М., ЧУЛЬ О. М.

УДК 332.242

## Вахович І. М., Чуль О. М. Формування стратегічних орієнтирів креативного регіонального розвитку на основі кластерного аналізу

У статті проаналізовано стан креативного регіонального розвитку в розрізі індустрій креативної економіки. Інтегральна оцінка розвитку креативної економіки в регіональному вимірі дала змогу визначити віддаленість регіонів один від одного за рівнем такого розвитку. На цій основі, за допомогою використання кластерного аналізу, зокрема методу кульової дивергенції, регіони об'єднано в кулі, що характеризуються схожим ходом і тенденціями розвитку креативної економіки в межах такої кулі. Для кожної з отриманих куль авторами окреслено тенденції креативного розвитку. За результатами проведеної оцінки сформовано основні стратегічні орієнтири подальшої політики управління креативним розвитком.

**Ключові слова:** креативна економіка, креативні індустрії, регіональний розвиток, кластерний аналіз, «метод куль», стратегія.

**Рис.:** 2. **Табл.:** 3. **Формул:** 1. **Бібл.:** 9.

**Вахович Ірина Михайлівна** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів, Луцький національний технічний університет (вул. Львівська, 75, Луцьк, Волинська обл., 43018, Україна)

**E-mail:** irina-vaxovitch@mail.ru

**Чуль Олена Михайлівна** – аспірантка, Луцький національний технічний університет (вул. Львівська, 75, Луцьк, Волинська обл., 43018, Україна)

**E-mail:** elena.chul@yandex.ru

УДК 332.242

## Вахович И. М., Чуль Е. М. Формирование стратегических ориентиров креативного регионального развития на основе кластерного анализа

В статье проанализировано состояние креативного регионального развития в разрезе индустрий креативной экономики. Интегральная оценка развития креативной экономики в региональном измерении позволила определить удаленность регионов друг от друга по уровню такого развития. На этой основе, посредством использования кластерного анализа, в частности метода шаровой дивергенции, регионы объединены в шары, которые характеризуются похожим ходом и тенденциями развития креативной экономики в пределах такого шара. Для каждого из полученных шаров авторами обозначены тенденции креативного развития. По результатам проведенной оценки сформированы основные стратегические ориентиры дальнейшей политики управления креативным развитием.

**Ключевые слова:** креативная экономика, креативные индустрии, региональное развитие, кластерный анализ, «метод шаров», стратегия.

**Рис.:** 2. **Табл.:** 3. **Формул:** 1. **Библ.:** 9.

**Вахович Ирина Михайловна** – доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой финансов, Луцкий национальный технический университет (ул. Львовская, 75, Луцк, Волинская обл., 43018, Украина)

**E-mail:** irina-vaxovitch@mail.ru

**Чуль Елена Михайловна** – аспирантка, Луцкий национальный технический университет (ул. Львовская, 75, Луцк, Волинская обл., 43018, Украина)

**E-mail:** elena.chul@yandex.ru

UDC 332.242

## Vahovych I. M., Chul O. M. Formation of the Strategic Guidelines of the Creative Regional Development Based On the Cluster Analysis

In the article the state of the creative regional development in the context of the industries of the creative economy has been analyzed. The integral assessment of the creative economy development in the regional scale made it possible to determine the remoteness of the regions from each other in terms of the corresponding development level. On this basis, through the use of the cluster analysis, in particular the spherical divergence method, regions were united into balls, characterized by similar progress and trends of the creative economy development within the ball's sphere. For each of the balls the authors have marked its creative development trends. According to the results of the assessment the main strategic guidelines for the further policies of the creative development control were formed.

**Key words:** creative economy, creative industries, regional development, cluster analysis, «balls method», strategy.

**Pic.:** 2. **Tabl.:** 3. **Formulae:** 1. **Bibl.:** 9.

**Vahovych Irina M.** – Doctor of Science (Economics), Professor, Head of the Department of Finance, Lutsk National Technical University (vul. Lvivska, 75, Lutsk, Volynska obl., 43018, Ukraine)

**E-mail:** irina-vaxovitch@mail.ru

**Chul Olena M.** – Postgraduate Student, Lutsk National Technical University (vul. Lvivska, 75, Lutsk, Volynska obl., 43018, Ukraine)

**E-mail:** elena.chul@yandex.ru

У період стійких політичних, економічних, соціальних криз сучасними вимогами функціонування економічної системи стає пошук новітніх інструментів їх подолання, формування нових стратегічних орієнтирів розвитку. В основу останніх лягли постулати креативної економіки, де забезпечення високого рівня життя населення, досягнення стабільного соціально-економічного розвитку, активізація людини в креативному середовищі стають основою її реалізації. Очевидним залишається той факт, що для України питання розвитку креативної економіки досить нове. Це пов'язане із застосуванням традиційних підходів до управління народним господарством і регіональним розвитком. Разом з тим, обраний євроінтеграційний шлях розвитку виводить регіони на нові горизонти, руйнує стереотипи

та вимагає модернізації існуючих підходів до регіонального управління.

Питання функціонування креативної економіки досить актуальне в європейських країнах. Проблемам розвитку креативного класу, креативної економіки присвячені праці відомих світових науковців Дж. Хокінс, Ч. Лендрі, Р. Флоріда, М. Меттьюс, Дж. О'Конор та ін. В Україні питанням розвитку креативної економіки присвячені праці Брикової І., Антошкіної Л., Лупація В. Головна увага в них зосереджується на розвитку креативної економіки як головної умови підвищення конкурентоспроможності регіону, тенденції креативного регіонального розвитку. Разом з тим потребує подальшого дослідження можливості креативної економіки в забезпеченні соціально-економічного розвитку регіону, оновлення їх стратегічних орієнтирів.

Метою статті є аналіз тенденцій розвитку креативної економіки за регіонами України в розрізі креативних індустрій та на цій основі формування стратегічних орієнтирів подальшої політики управління креативним розвитком.

Поширення інтересу до креативної економіки в Україні потребує визначення її обсягів та рівнів розвитку в регіональному розрізі. Враховуючи той факт, що єдиної методики оцінки креативного регіонального розвитку в українській науковій літературі немає та спираючись на досвід європейських країн у цьому питанні, проведемо її аналіз за рівнем розвитку креативних індустрій. Основною метою такої оцінки має стати не тільки визначення «креативності» регіонів, його перспектив щодо запровадження креативних методів управління, а й визначення рівня диспропорцій такого розвитку, віддаленості регіонів один від одного за рівнем розвитку креативної економіки (рис. 1).

З цією метою нами проведено інтегральну оцінку розвитку креативної економіки. Останню сформовано на основі узагальнення та уніфікації показників розвитку креативних індустрій. Так, оцінка була проведена за виділеними нами групами креативних індустрій [1]: індустрії культурної спадщини, індустрії традиційного мистецтва, індустрії творчих послуг, індустрії інноваційно-креативних послуг.

У результаті проведеного аналізу показників, що характеризують стан розвитку креативної економіки, отримано інтегральні показники рівня її розвитку (табл. 1).

Отримані результати показали досить високу диференціацію регіонів за показником інтегрального рівня розвитку креативної економіки. Так, з проведеного аналізу встановлено, що найвищого рівня розвитку креативна економіка набула м. Києві (0,561), Полтавській (0,294) і Харківській (0,326) областях. Найменш «креативними» стали Волинська (0,234), Рівненська (0,219), Закарпатська (0,210), Івано-Франківська (0,217), Київська (0,235), Кіровоградська (0,231), Миколаївська (0,221), Дніпропетровська (0,233), Донецька (0,267), Херсонська області (0,240) та м. Севастополь (0,241).

При цьому різниця між регіоном-лідером м. Києвом і групою регіонів, що мають вищі ніж середньоукраїнські показники розвитку креативної економіки, досить високі. Останнє зумовлено нерівномірністю інфраструктурного, фінансового, кадрового забезпечення розвитку креативної економіки, а також різним рівнем розвитку окремих індустрій креативної економіки.

Так, лідируючі позиції за рівнем розвитку індустрій культурної спадщини займають м. Київ (0,545), Одеська (0,427), Полтавська (0,431), Вінницька області (0,441), АР Крим (0,443). Зокрема, Одеська область та АР Крим досягли найвищих показників розвитку за цією категорією креативних індустрій завдяки значному потенціалу для розвитку креативної економіки насамперед у туристичній сфері. Перш за все це стосується оздоровчо-рекреаційних закладів; розвиненої мережі культурних закладів (музеїв, театрів тощо), пам'яток історії та архітектури, розташованих на території регіонів.

Найбільш несприятливі умови для функціонування індустрій культурної спадщини склалися у Кіровоградській (0,344), Запорізькій (0,324), Харківській (0,330), Луганській (0,346), Дніпропетровській (0,366), Київській (0,280), Тернопільській (0,366) областях. До основних перешкод розвитку індустрій культурної спадщини для цих регіонів можна віднести відсутність розповсюдженого іміджу регіону як культурно-історичного, туристичного, а також несформований туристичний простір, нерозвинена супутня інфраструктура.

Разом з тим вагомий вплив на формування креативного середовища в регіоні мають також індустрії традиційного мистецтва. Найвищі показники розвитку індустрій традиційного мистецтва (театральної діяльності, музичної індустрії, кіноіндустрії) спостерігаємо у Вінницькій (0,530), Хмельницькій (0,461), Чернівецькій (0,427), Чернігівській (0,425), Черкаській областях (0,413). Такий розподіл регіонів зумовлений тим, що в цих регіонах наявні найвищі показники інфраструктурного забезпечення функціонування кіноіндустрії, театральної діяльності та музичної індустрії. Причому на формування цих показників вплинуло не стільки виробництво товарів традиційного мистецтва (кінопродукту, музичних



Рис. 1. Етапи стратегічного планування креативного регіонального розвитку

Джерело: сформовано авторами.

## Інтегральні показники розвитку креативної економіки

Регіон, область	Інтегральний індекс	Рейтинг	Інтегральний індекс	Рейтинг	Інтегральний індекс	Рейтинг	Інтегральний індекс	Рейтинг	Інтегральний індекс	Рейтинг
	2008		2009		2010		2011		2012	
	АР Крим	0,266	8	0,264	8	0,248	14	0,239	16	0,255
Вінницька	0,261	10	0,261	9	0,252	12	0,247	10	0,277	6
Волинська	0,249	17	0,221	21	0,239	17	0,234	17	0,234	20
Дніпропетровська	0,239	20	0,224	20	0,219	24	0,223	19	0,233	21
Донецька	0,269	7	0,270	4	0,258	9	0,245	12	0,267	10
Житомирська	0,255	14	0,237	16	0,245	15	0,242	13	0,251	14
Закарпатська	0,190	27	0,212	26	0,198	27	0,205	26	0,210	27
Запорізька	0,274	4	0,245	14	0,254	10	0,251	8	0,250	16
Івано-Франківська	0,205	26	0,211	27	0,206	26	0,207	25	0,217	26
Київська	0,250	16	0,251	13	0,220	23	0,202	27	0,235	19
Кіровоградська	0,234	22	0,238	15	0,232	20	0,210	24	0,231	22
Луганська	0,224	23	0,221	22	0,235	18	0,211	23	0,226	23
Львівська	0,235	21	0,235	17	0,233	19	0,240	15	0,251	15
Миколаївська	0,216	24	0,219	24	0,250	13	0,223	20	0,221	24
Одеська	0,243	18	0,224	19	0,229	21	0,241	14	0,279	4
Полтавська	0,257	13	0,258	11	0,279	5	0,293	3	0,294	3
Рівненська	0,240	19	0,220	23	0,219	25	0,219	22	0,219	25
Сумська	0,258	11	0,266	6	0,266	6	0,250	9	0,274	7
Тернопільська	0,255	15	0,256	12	0,253	11	0,273	6	0,273	8
Харківська	0,316	2	0,327	2	0,333	2	0,302	2	0,326	2
Херсонська	0,258	12	0,233	18	0,229	22	0,222	21	0,240	18
Хмельницька	0,269	6	0,265	7	0,297	4	0,287	4	0,278	5
Черкаська	0,290	3	0,269	5	0,304	3	0,278	5	0,265	12
Чернівецька	0,265	9	0,271	3	0,260	7	0,254	7	0,267	11
Чернігівська	0,272	5	0,259	10	0,259	8	0,245	11	0,273	9
м. Київ	0,564	1	0,541	1	0,569	1	0,560	1	0,561	1
м. Севастополь	0,209	25	0,215	25	0,240	16	0,229	18	0,241	17

**Джерело:** розраховано автором на основі даних Держкомстат України, профільних комітетів і відомств.

творів тощо) скільки їх «споживання» – відвідуваність театральних вистав, обсяг кінопрокату тощо.

Найбільшого рівня розвитку індустрії творчих послуг досягнуто у м. Києві (0,977) та Харківській (0,275) області. Досить високі показники характерні для Волинської (0,130), Львівської (0,129), Запорізької (0,131), Київської (0,190), Черкаської (0,132), Полтавської (0,149), Дніпропетровської (0,144), Донецької (0,133), Луганської областей (0,124) і АР Крим (0,122). Такий розподіл регіонів зумовлений тим, що найбільший вплив на розвиток індустрії творчих послуг, згідно з обробкою отриманих даних, має сфера телебачення та радіомовлення. Вони займають близько 60% сегмента ринку індустрії творчих послуг. Це пов'язано з тим, що останні стають

для споживача найбільш дешевим продуктом креативної економіки, а відтак користуються значним попитом, а тому мають вагомий вплив на формування креативного середовища в регіоні.

Разом із тим, спираючись на позитивний зарубіжний досвід розвитку креативної економіки та враховуючи її стан функціонування в динаміці [3], помічаємо, що з кожним роком більшу її частку займають високотехнологічні галузі, засновані на широкому використанні новітніх інноваційних технологій, інформаційно-комунікаційних засобів, технологічних новинок. Останні складають індустрію інноваційно-креативних послуг.

Так, у сфері індустрії інноваційно-креативних послуг найбільшого розвитку в регіональному вимірі

набули м. Київ (0,465), Полтавська (0,434), Харківська (0,415), Сумська (0,506) області. Це пов'язано з наявністю в цих регіонах потужних наукових центрів, науково-технічного, виробничого потенціалу, накопиченим значним досвідом проведення інвестиційно-інноваційної політики. Так, позиції Харківської області забезпечені завдяки наявності промислового комплексу, який є чи не одним із найбільших в Україні, особливо в галузях машинобудування, фармації, та наявності розвиненого освітнього та наукового потенціалу, що має потенційні можливості розвитку сфери освітніх послуг і створення технопарків або креативних кластерів.

Враховуючи вищевикладене, стає очевидним, що вплив окремих факторів на формування в регіоні креативного середовища та сприятливих умов для розвитку креативної економіки може певною мірою ускладнити розробку регіональної політики розвитку креативної економіки. Це зумовлено значною диференціацією регіонів за рівнем креативного розвитку та неоднозначністю «спеціалізації» регіону на тій чи іншій групі креативних індустрій.

**П**огоджуючись з думкою багатьох вчених сучасності, вважаємо, що визначення «спеціалізації» регіонів за типами виділених нами груп креативних індустрій дасть змогу найточніше проаналізувати стан розвитку креативної економіки, визначити її слабкі та сильні сторони, потенційні можливості та на цій основі розробити ефективну регіональну політику її розвитку.

З метою обрання найбільш оптимальної регіональної політики розвитку креативної економіки для регіонів України проведемо їх кластеризацію.

Кластерний підхід у групуванні території із нерівномірним рівнем соціально-економічного розвитку широко використовується уже протягом багатьох років. Започаткував такий метод оцінки М. Портер [2, с. 258], який наголошує на тому, що найбільш успішні компанії зосереджуються в одному ареалі (території) та мають подібні показники розвитку за різними групами індикаторів.

Вибір методу багатовимірної класифікації для оцінки регіональної креативної економіки зумовлений її всеохоплюючим масштабом, відсутністю її чітких меж. Це пов'язано з тим, що креативна економіка наскрізь пронизує практично усі сфери економічної діяльності, адже полягає також у використанні креативних методів управління та розвитку, підходів до управління та організації роботи.

Суть методу багатовимірної класифікації зводиться до формування, у межах визначеної сукупності, груп (кластерів) за однотипністю різного роду ознак. При цьому дотримується вимога того, що жодна з ознак, що входить до певної групи, не є необхідною або достатньою умовою приналежності об'єкта до тієї чи іншої групи. Тобто тільки сукупність ознак і їх однотипність можуть визначити приналежність конкретного регіону до визначеного кластера [4; 9, с. 27 – 33]. Перевагою такого аналізу є те, що метод багатовимірної класифікації дозволяє опрацювати максимальну кількість ознак одного об'єкта, що надзвичайно актуально з позиції креативної економіки.

З метою оцінки та групування регіонів за рівнем їх креативного розвитку використовуватимемо метод куль [5]. Цей метод побудований на оцінці відстаней між об'єктами за кожним з показників розвитку, сформованих у матрицю [8, с. 34 – 39]. Для кожної з точок побудуємо кулю з певним радіусом і визначимо кількість точок, що будуть входити в радіус визначеної кулі. Таким чином отримаємо кількість регіонів, які сформують перший кластер. У подальшому регіони, що не увійшли до першого кластера, розподілимо аналогічним чином. У такий спосіб сформуємо необхідну кількість кластерів, які охоплять всі регіони за різними типами ознак.

Величину «відстані» регіонів визначимо через показники загальної ентропії. Останні дозволяють визначити міру внутрішньої неупорядкованості системи, відхилення від абсолютно рівномірного розподілу [7, с. 128 – 137].

Серед показників, що характеризують відстань регіонів один від одного, обираємо «Евклідову відстань» [6]:

$$\sqrt{\sum_{i=1}^n (p_i - q_i)^2}, \quad (1)$$

де  $p_i$  – значення інтегрального індексу розвитку індустрій креативної економіки досліджуваного регіону;

$q_i$  – значення інтегрального індексу розвитку індустрій креативної економіки «сусіднього» регіону

**В**раховуючи той факт, що оцінку віддаленості регіонів проводитимемо за групами креативних індустрій, побудуємо матрицю відстаней між кожним регіоном за кожним з показником. Зазначимо, що результат інтегральної оцінки розвитку креативної економіки показав, що м. Київ значно випереджає всі без виключення регіони за усіма групами креативних індустрій, а тому його лідируючі позиції очевидні. З метою недопущення викривлення інформації щодо ступеня віддаленості регіонів за рівнем розвитку креативної економіки виключаємо м. Київ із загальної системи та вважаємо таким, що має виключні переваги за рівнем креативного розвитку та який сформує кулю № 1.

Першим етапом групування регіонів є визначення кулі із найбільшим радіусом та окреслення групи регіонів, що мають подібний хід розвитку креативної економіки.

Як видно з *табл. 2*, найбільше значення евклідової відстані із сформованої матриці отримано для м. Севастополь. Таким чином, до цієї кулі належить ще 11 регіонів, а саме: Харківська, Дніпропетровська, Одеська, Луганська, Київська, Сумська, Житомирська, Тернопільська, Донецька, Запорізька, Полтавська області (куля № 2).

Наступним етапом визначення рівня кульової дивергенції креативного регіонального розвитку є виключення із вихідної матриці регіонів, що сформували кулю № 2. Подібні кроки будемо здійснювати доти, поки всі регіони не будуть включені у певну кулю.

Результат проведеної оцінки кульової дивергенції креативного регіонального розвитку дав змогу виділити шість куль, які характеризуються подібністю ознак, причин і тенденцій креативного розвитку. Графічна інтерпретація «методу куль» представлена на *рис. 2*.



Таблиця 2

Матриця відстаней регіонів за рівнем розвитку креативної економіки

АР Крим	0,000	0,224	0,084	0,114	0,076	0,090	0,100	0,192	0,229	0,189	0,115	0,190	0,039	0,077	0,128	0,187	0,085	0,262	0,132	0,249	0,052	0,157	0,116	0,143	0,122	0,057
Вінницька	0,224	0,000	0,243	0,316	0,230	0,242	0,306	0,341	0,292	0,341	0,212	0,379	0,243	0,242	0,179	0,318	0,239	0,370	0,221	0,347	0,224	0,078	0,132	0,128	0,112	0,226
Волинська	0,084	0,243	0,000	0,092	0,111	0,106	0,116	0,205	0,265	0,134	0,106	0,199	0,066	0,085	0,181	0,242	0,042	0,310	0,158	0,263	0,072	0,173	0,114	0,147	0,140	0,090
Дніпро-петровська	0,114	0,316	0,092	0,000	0,111	0,100	0,077	0,146	0,248	0,101	0,136	0,117	0,079	0,098	0,201	0,202	0,117	0,264	0,160	0,228	0,100	0,240	0,191	0,205	0,205	0,105
Донецька	0,076	0,230	0,111	0,111	0,000	0,031	0,113	0,128	0,170	0,165	0,080	0,152	0,060	0,072	0,091	0,137	0,133	0,205	0,061	0,188	0,056	0,156	0,132	0,122	0,122	0,047
Житомирська	0,090	0,242	0,106	0,100	0,031	0,000	0,101	0,115	0,163	0,150	0,061	0,138	0,065	0,055	0,108	0,149	0,129	0,207	0,064	0,196	0,052	0,167	0,142	0,127	0,134	0,043
Закарпатська	0,100	0,306	0,116	0,077	0,113	0,101	0,000	0,156	0,221	0,172	0,134	0,123	0,081	0,073	0,182	0,190	0,117	0,246	0,161	0,268	0,087	0,238	0,197	0,208	0,202	0,086
Запорізька	0,192	0,341	0,205	0,146	0,128	0,115	0,156	0,000	0,146	0,171	0,156	0,077	0,163	0,153	0,180	0,123	0,231	0,142	0,121	0,160	0,162	0,268	0,252	0,223	0,239	0,151
Івано-Франківська	0,229	0,292	0,265	0,248	0,170	0,163	0,221	0,146	0,000	0,285	0,172	0,203	0,221	0,189	0,141	0,146	0,278	0,122	0,128	0,238	0,199	0,243	0,260	0,208	0,227	0,183
Київська	0,189	0,341	0,134	0,101	0,165	0,150	0,172	0,171	0,285	0,000	0,164	0,165	0,152	0,163	0,250	0,257	0,171	0,308	0,190	0,214	0,163	0,264	0,216	0,220	0,235	0,172
Кіровоградська	0,115	0,212	0,106	0,136	0,080	0,061	0,134	0,156	0,172	0,164	0,000	0,184	0,098	0,063	0,119	0,200	0,123	0,246	0,084	0,235	0,067	0,141	0,119	0,093	0,113	0,068
Луганська	0,190	0,379	0,199	0,117	0,152	0,138	0,123	0,077	0,203	0,165	0,184	0,000	0,160	0,156	0,221	0,155	0,221	0,186	0,172	0,209	0,169	0,304	0,274	0,263	0,271	0,161
Львівська	0,039	0,243	0,066	0,079	0,060	0,065	0,081	0,163	0,221	0,152	0,098	0,160	0,000	0,058	0,137	0,180	0,082	0,252	0,119	0,229	0,037	0,171	0,126	0,145	0,135	0,045
Миколаївська	0,077	0,242	0,085	0,098	0,072	0,055	0,073	0,153	0,189	0,163	0,063	0,156	0,058	0,000	0,133	0,188	0,092	0,243	0,110	0,250	0,031	0,172	0,138	0,138	0,138	0,031
Одеська	0,128	0,179	0,181	0,201	0,091	0,108	0,182	0,180	0,141	0,250	0,119	0,221	0,137	0,133	0,000	0,142	0,190	0,196	0,073	0,218	0,119	0,123	0,141	0,108	0,104	0,107
Полтавська	0,187	0,318	0,242	0,202	0,137	0,149	0,190	0,123	0,146	0,257	0,200	0,155	0,180	0,188	0,142	0,000	0,260	0,091	0,132	0,166	0,184	0,257	0,256	0,232	0,232	0,168
Рівненська	0,085	0,239	0,042	0,117	0,133	0,129	0,117	0,231	0,278	0,171	0,123	0,221	0,082	0,092	0,190	0,260	0,000	0,328	0,180	0,299	0,082	0,176	0,118	0,159	0,145	0,099
Сумська	0,262	0,370	0,310	0,264	0,205	0,207	0,246	0,142	0,122	0,308	0,246	0,186	0,252	0,243	0,196	0,091	0,328	0,000	0,180	0,204	0,248	0,315	0,322	0,284	0,294	0,231
Тернопільська	0,132	0,221	0,158	0,160	0,061	0,064	0,161	0,121	0,128	0,190	0,084	0,172	0,119	0,110	0,073	0,132	0,180	0,180	0,000	0,172	0,103	0,151	0,150	0,110	0,127	0,092
Харківська	0,249	0,347	0,263	0,228	0,188	0,196	0,268	0,160	0,238	0,214	0,235	0,209	0,229	0,250	0,218	0,166	0,299	0,204	0,172	0,000	0,239	0,280	0,273	0,247	0,261	0,233
Херсонська	0,052	0,224	0,072	0,100	0,056	0,052	0,087	0,162	0,199	0,163	0,067	0,169	0,037	0,031	0,119	0,184	0,082	0,248	0,103	0,239	0,000	0,152	0,114	0,122	0,116	0,018
Хмельницька	0,157	0,078	0,173	0,240	0,156	0,167	0,238	0,268	0,243	0,264	0,141	0,304	0,171	0,172	0,123	0,257	0,176	0,315	0,151	0,280	0,152	0,000	0,066	0,055	0,036	0,155
Черкаська	0,116	0,132	0,114	0,191	0,132	0,142	0,197	0,252	0,260	0,216	0,119	0,274	0,126	0,138	0,141	0,256	0,118	0,322	0,150	0,273	0,114	0,066	0,000	0,069	0,044	0,124
Чернівецька	0,143	0,128	0,147	0,205	0,122	0,127	0,208	0,223	0,208	0,220	0,093	0,263	0,145	0,138	0,108	0,232	0,159	0,284	0,110	0,247	0,122	0,055	0,069	0,000	0,044	0,124
Чернігівська	0,122	0,112	0,140	0,205	0,122	0,134	0,202	0,239	0,227	0,235	0,113	0,271	0,135	0,138	0,104	0,232	0,145	0,294	0,127	0,261	0,116	0,036	0,044	0,044	0,000	0,120
м. Севастополь	0,057	0,391	0,090	0,105	0,047	0,043	0,086	0,151	0,183	0,172	0,068	0,161	0,045	0,031	0,107	0,168	0,099	0,231	0,092	0,233	0,018	0,155	0,124	0,124	0,120	0,000
Min	0,039	0,078	0,042	0,077	0,031	0,043	0,073	0,077	0,122	0,152	0,063	0,155	0,037	0,031	0,073	0,091	0,082	0,180	0,092	0,233	0,018	0,036	0,044	0,044	0,120	0,000

Джерело: розраховано авторами.

## ЕКОНОМІКА РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Отримані нами результати дають змогу провести аналіз такого групування регіонів і на цій основі розробити регіональні стратегії управління креативним розвитком. При цьому варто відмітити, що кластеризація регіонів методом кульової дивергенції сформує кластери не за рівнем розвитку креативної економіки, а об'єднує регіони за ходом і тенденціями креативного розвитку в розрізі груп креативних індустрій (табл. 3).

Саме тому формування оптимальної стратегії розвитку креативної економіки потребує аналізу спільних

ознак, передумов і тенденцій такого розвитку для кожної з отриманих куль.

Так, очевидно, що м. Київ представлено як центр креативної економіки України. Це зумовлено і тим, що тут зосереджено найбільша кількість креативних індустрій, креативного класу, можливостей для реалізації творчого потенціалу. З цієї позиції важливими є інструменти стратегії акцентування креативного розвитку.

Для забезпечення подальшої позитивної динаміки розвитку креативної економіки в регіоні доцільно продо-

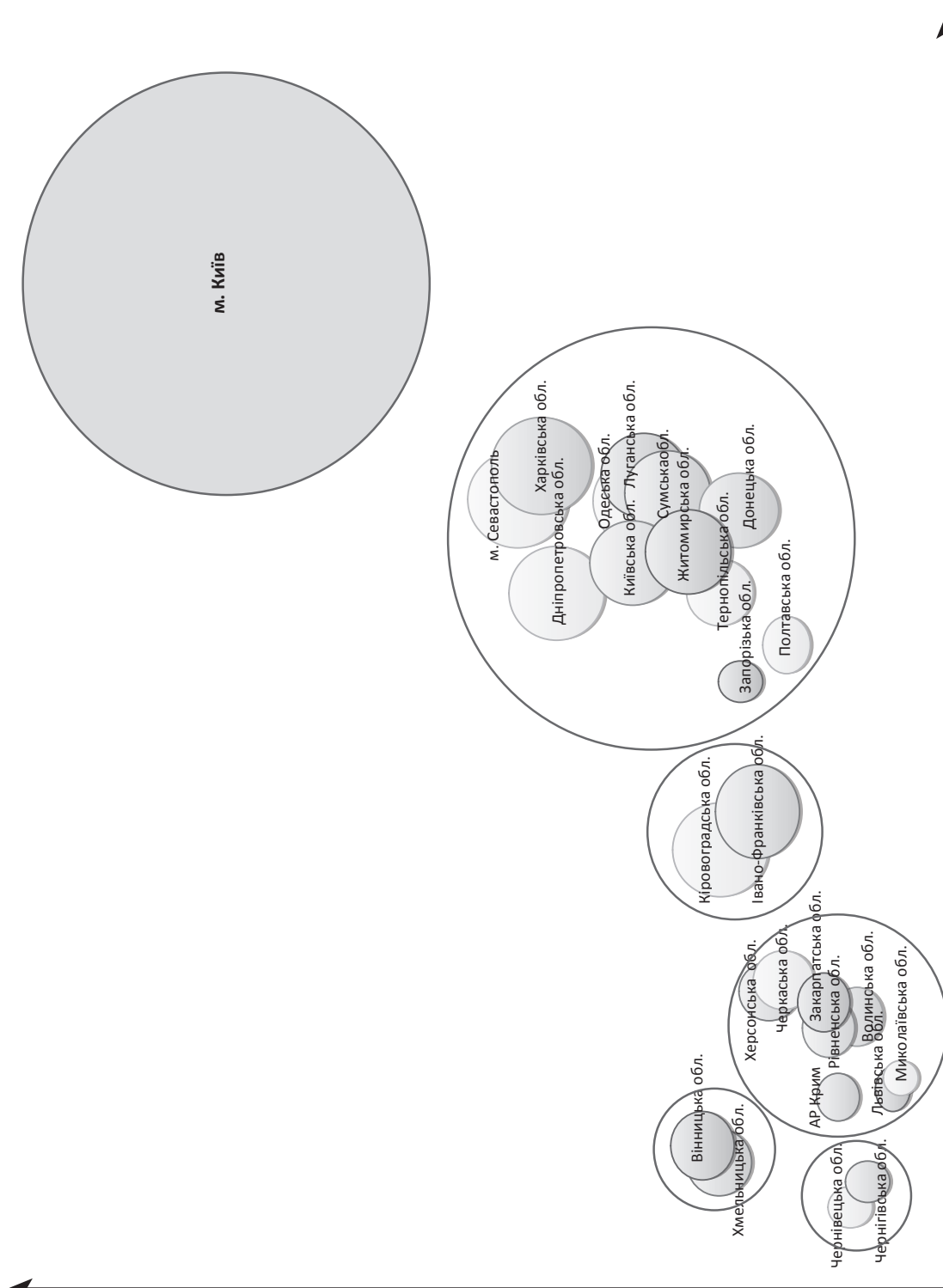


Рис. 2. Кластеризація регіонів за методом кульової дивергенції

Джерело: розроблено авторами.

Стратегічні орієнтири креативного регіонального розвитку

Регіон, область	Стратегія	Основні акценти
м. Київ	Стратегія акцентування креативного розвитку	Модернізації інфраструктури, впровадження креативних методів управління регіональним розвитком, розробка програм стимулювання інновацій та формування креативних кластерів
м. Севастополь, Харківська, Дніпропетровська, Одеська, Київська, Луганська, Сумська, Житомирська, Тернопільська, Донецька, Запорізька, Полтавська	Стратегія зміцнення конкурентних переваг	Максимально можливе використання конкурентних переваг, пошук нових резервів розвитку, налагодження тісної взаємодії між всіма суб'єктами креативної економіки
Херсонська, Черкаська, Закарпатська, Рівненська, Волинська, Львівська, Миколаївська обл., АР Крим	Стратегії раціонального використання креативних ресурсів	Розбудова іміджу регіонів як культурних та історичних центрів, розробка заходів спрямованих розширення туристичних потоків, розбудова супутньої інфраструктури, підтримка та розвиток креативного підприємництва
Вінницька, Хмельницька	Стратегія нарощення креативного потенціалу	Розширення цільових ринків та цільової аудиторії, формування креативних кластерів
Чернівецька, Чернігівська	Відновлювальна стратегія креативного розвитку	Виявлення та нівелювання дестабілізуючих чинників креативного розвитку, раціоналізація використання інфраструктурного та фінансового забезпечення функціонування креативної економіки
Кіровоградська, Івано-Франківська	Стратегія диверсифікаційного креативного розвитку	Переорієнтація регіонального розвитку на основі її креативної складової, розробка заходів формування креативного середовища регіону, розвиток і підтримка креативного класу

Джерело: складено авторами.

вжувати лінію розбудови «міста майбутнього», де головною метою має стати збільшення економічного добробуту населення та поліпшення комфорту життя мешканців. З цієї позиції стратегія креативного розвитку повинна базуватися на подальшій модернізації інфраструктури, впровадженні креативних методів управління регіональним розвитком, розробці програм стимулювання інновацій та формування креативних кластерів. При цьому важливим є збереження унікальності м. Києва як креативного центру та розвитку його самобутності. Забезпечення збереження культурної спадщини, розвиток нових напрямів культурного життя, збереження і розвиток історичного обличчя міста, підтримка розвитку людського капіталу мають стати основними елементами регіональної стратегії.

Харківська, Дніпропетровська, Одеська, Луганська, Київська, Сумська, Житомирська, Тернопільська, Донецька, Запорізька, Полтавська області та м. Севастополь за результатами аналізу об'єднані у кулю № 2. Спільними для цих регіонів є тенденції рівномірного розвитку усіх сфер креативної економіки. Разом з тим, показники такого розвитку (у розрізі груп креативних індустрій) досягають не досить високого рівня. Серед регіонів, що потрапили до цієї кулі, Харківська, Одеська, Тернопільська, Донецька, Сумська та Полтавська області мають найбільший потенціал розвитку креативної економіки. Останнє пов'язано зі стійкими тенденціями зростання показників функціонування креативних індустрій, підвищення інтересу до креативної економіки усіх її суб'єктів.

Найбільш ефективною, на нашу думку, для цієї групи регіонів має стати стратегія зміцнення конкурентних переваг. В її основу повинні бути покладені орієнтири на забезпечення та впровадження креативних методів управління регіональним розвитком, розвиток мережі інститутів креативної економіки, удосконалення підходів до організації їх роботи, підвищення якості креативних товарів і послуг та підвищення рівня забезпеченості населення останніми. Реалізація такої регіональної стратегії дозволить у найкоротші терміни сформуванню бренд регіону, підвищити рівень його конкурентоспроможності та забезпечити стабільність наповнення місцевих бюджетів. Крім того, активна політика підтримки креативного підприємництва дасть змогу розширити ринки збуту креативних товарів і послуг, а також забезпечить їм можливість гідної конкуренції із зарубіжними аналогами.

Для кулі № 3, що об'єднує Кіровоградську та Івано-Франківську області характерною об'єднуючою ознакою є високі показники розвитку індустрій традиційного мистецтва та низькі значення індексів розвитку індустрій культурної спадщини та індустрій творчих послуг, особливо у сфері телерадіомовлення. Останні чинять найбільший вплив на формування креативного середовища в цих регіонах. Через такий вплив ці регіони стали найбільш «віддаленими» за рівнем розвитку креативної економіки від його беззаперечного лідера – м. Києва.

Причиною цього стало також і наявність ряду дестабілізуючих чинників креативного регіонального розвитку. Мова йде про відсутність зацікавленості влади та

бізнесу у реалізації та впровадженні нових форм управління та ведення бізнесу, неналежне кадрове та організаційне забезпечення креативних індустрій, відсутність креативного середовища в регіоні. Головну увагу зосереджено переважно на підтримці добре сформованої системи забезпечення індустрій традиційного мистецтва. До того ж остання складалася переважно за рахунок товарів і послуг іноземного походження, що користуються значно вищою популярністю, ніж вітчизняні аналоги. Тоді як просуванню власних креативних товарів на ринку не приділяється значної уваги.

**В**важаємо, що головним завданням регіональної влади повинна стати переорієнтація регіонального розвитку, розробка заходів, спрямованих на підтримку розвитку креативного класу, активізація заходів стимулювання креативного підприємництва, розробка комплексних програм взаємодії влади, бізнесу, креативного класу в розбудові креативного середовища в регіоні. Досягнення таких цілей стане можливе в рамках реалізації стратегії диверсифікаційного креативного розвитку, основна мета якої – пошук нових стратегічних орієнтирів розвитку.

Для кулі, що включає Херсонську, Черкаську, Закарпатську, Рівненську, Волинську, Львівську, Миколаївську області та АР Крим, об'єднуючою ознакою є відсутність чіткої «спеціалізації» креативного розвитку цих регіонів, що не дає змоги визначити пріоритетні напрями регіональної політики креативного розвитку, а тому в загальному рейтингу їхні позиції одні з найнижчих. Лише чітка орієнтація на туристичну привабливість та формування брэнда регіону як туристичного центру для Львівської області та АР Крим дозволяє закріпити значно вищі позиції за рівнем розвитку креативної економіки, ніж регіони, що входять до вказаної кулі.

Важливою в рамках креативного розвитку для цих регіонів є розробка стратегії раціонального використання креативних ресурсів. Вважаємо, що головний акцент має бути поставлений на розвиток індустрій культурної спадщини та формування комплексу національних цінностей. Розбудова іміджу регіонів як культурних та історичних центрів, розширення туристичних потоків, розбудова супутньої інфраструктури дасть змогу найбільш ефективно використати конкурентні переваги регіонів. Стратегія раціонального використання креативних ресурсів має на меті забезпечити високий рівень ефективності регіональної політики розвитку креативної економіки та на цій основі забезпечити максимальне наповнення місцевих бюджетів.

Вінницька та Хмельницька області мають досить тісний зв'язок усіх груп креативних індустрій. Якісна регіональна політика розвитку креативних індустрій, зокрема індустрій традиційного мистецтва, дає змогу вивести ці регіони на стабільний шлях креативного розвитку. Разом з тим, потребують удосконалення підходи до управління розвитком індустрій інноваційно-креативних послуг і творчих послуг. Мова йде про використання стратегії нарощення креативного потенціалу. У цьому контексті потребує більшої уваги пошук нових стратегічних пріоритетів, зокрема в галузі інноваційних

і технологічних розробок. Реалізація такої стратегії дозволить переорієнтувати регіони на креативний розвиток з акцентом на його інноваційну складову, розширити цільові ринки та цільову аудиторію, забезпечити формування креативного класу. Комплексна програма стимулювання креативної економіки дозволить у перспективі зміцнити та стабілізувати соціально-економічний розвиток регіонів.

Для Чернівецької та Чернігівської областей спільним є позитивний вплив окремих індустрій на загальний показник розвитку креативної економіки, зокрема тих, що входять до складу індустрії творчих послуг та індустрій традиційного мистецтва. Водночас у цих регіонах розвиток індустрій інноваційно-креативних послуг нижчий, ніж середньоукраїнський. Найбільш динамічною для цієї групи, на наш погляд, має стати відновлювальна стратегія креативного розвитку. Головну увагу в рамках стратегії має бути зосереджено на пошуку де-стабілізуючих чинників креативного розвитку. Швидке реагування та зосередження зусиль на їх нівелювання разом із раціональним використанням наявних ресурсів дозволить відшукати нові «точки зростання», відновити в регіоні креативне середовище. Разом з тим, стратегія відновлення забезпечить формування особливих конкурентних переваг, дозволить виділити пріоритетні сфери креативної економіки.

Беззаперечним залишається той факт, що при розробці стратегій креативного регіонального розвитку для усіх без винятку регіонів варто враховувати те, що креативна економіка тісно пов'язана із суспільною, культурною, науково-технічною, екологічною та іншими сферами народного господарства. Успішність обраної стратегії визначається здатністю органів місцевого самоврядування враховувати не тільки економічні потреби регіону, а й стимулювати соціальну відповідальність бізнесу, влади, підприємництва, формувати регіональну ідентичність та самобутність регіону, забезпечувати його конкурентоспроможність.

## ВИСНОВКИ

Проведений аналіз тенденцій розвитку креативної економіки в регіональному вимірі дав змогу визначити, що формування нових стратегічних орієнтирів, заснованих на креативній складовій, дозволить зменшити диспропорції регіонального розвитку, сформує нові платформи зростання, сформує новий статус регіонів на міжнародній арені. ■

## ЛІТЕРАТУРА

1. **Чуль О. М.** Система креативних індустрій як основа формування креативної економіки в регіоні / О. М. Чуль // 36. наук. пр. «Економічні науки». – Серія «Облік та фінанси». – Випуск 10. – 2013. – Луцьк: ЛНТУ.
2. **Портер М.** Конкуренція / М. Портер / Пер. с англ. – М.: Издательский дом „Вильямс“, 2005. – 608 с.
3. UNCTAD, Creative Economy Report 2010 [Electronic resource]. – Mode of access : [http://www.unctad.org/en/docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/ditctab20103_en.pdf)
4. **Орлов А. И.** Нечисловая статистика / А. И. Орлов. – М.: МЗ-Пресс, 2004. – 513 с.



5. Метод шаров [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://marketoff.ru/text.php?art=1287>

6. Евклидова відстань [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://uk.wikipedia.org/wiki/Евклидова відстань](http://uk.wikipedia.org/wiki/Евклидова_відстань)

7. Дубров А. М. Многомерные статистические методы : учебник. / А. М. Дубров, В. С. Мхитарян, Л. И. Трошин. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 352 с.

8. Dean A. M. Design and analysis of experiment / A. M. Dean, D. V. Voss. – Springer-Verlag New York, Inc, 1999. – P. 76.

9. Мхитарян В. С. Эконометрика : учебно-методический комплекс / В. С. Мхитарян, М. Ю. Архипова, В. П. Сиротин. – М. : Изд. центр ЕАОИ. 2008. – 144 с.

## REFERENCES

Chul, O. M. "Systema kreatyvnykh industrii iak osnova formuvannia kreatyvnoi ekonomiky v rehionii" [The system of creative in-

dustries as a basis for the formation of the creative economy in the region]. *Ekonomichni nauky. Seriya «Oblik ta finansy»*, no. 10 (2013).

Dubrov, A. M., Mkhitarian, V. S., and Troshin, L. I. *Mnogomernye statisticheskie metody* [Multivariate statistical methods]. Moscow: Finansy i statistika, 2003.

Dean, A. M., and Voss, D. V. *Design and analysis of experiment*: Springer-Verlag. New York Inc., 1999.

"Evklidova vidstan" [Euclidean distance]. [http://uk.wikipedia.org/wiki/Евклидова відстань](http://uk.wikipedia.org/wiki/Евклидова_відстань)

"Metod sharov" [Method balls]. <http://marketoff.ru/text.php?art=1287>

Mkhitarian, V. S., Arkhipova, M. Yu., and Sirotin, V. P. *Ekonometrika* [Econometrics]. Moscow: EAIO, 2008.

Orlov, A. I. *Nechislovaia statistika* [Non-numeric statistics]. Moscow: MZ-Press, 2004.

Porter, M. *Konkurentsia* [Competition]. Moscow: Viliams, 2005.

"UNCTAD, Creative Economy Report 2010" [http://www.unctad.org/en/docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/ditctab20103_en.pdf)

УДК 005.336.4

## ЕМПІРИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ НА МЕЗОРІВНІ

© 2014 ЖУРАВЛЬОВА І. В., НЕМАШКАЛО К. Р.

УДК 005.336.4

### Журавльова І. В., Немашкало К. Р. Емпіричні дослідження формування соціального капіталу на мезорівні

Метою статті є дослідження особливостей формування соціального капіталу регіону як інструменту формування регіональної громади, з урахуванням специфіки кожного окремого регіону. Проведене емпіричне дослідження соціального капіталу мезорівня 25 регіонів України з використанням кластерного аналізу. Вихідними даними класифікації методом кластерного аналізу було обрано: інтегральний індекс рівня людського розвитку, регіональний ВВП у розрахунку на одну особу та рівень середньої заробітної плати в регіоні. У результаті визначено, що регіони України за факторами впливу на формування регіонального соціального капіталу поділяються на три кластери.

**Ключові слова:** формування соціального капіталу, розвиток соціального капіталу, кластерний аналіз.

**Рис.:** 7. **Табл.:** 2. **Бібл.:** 13.

**Журавльова Ірина Вікторівна** – кандидат економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (пр. Леніна, 9а, Харків, 61166, Україна)

**E-mail:** [ziv@ksue.edu.ua](mailto:ziv@ksue.edu.ua)

**Немашкало Карина Ромеовна** – старший викладач кафедри менеджменту та бізнесу, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (пр. Леніна, 9а, Харків, 61166, Україна)

**E-mail:** [karina.nemashkalo@bk.ru](mailto:karina.nemashkalo@bk.ru)

УДК 005.336.4

### Журавлева И. В., Немашкало К. Р. Эмпирические исследования формирования социального капитала на мезоуровне

Целью статьи является исследование особенностей формирования социального капитала региона как инструмента формирования регионального сообщества, с учетом специфики каждого отдельного региона. Проведено эмпирическое исследование социального капитала мезоуровня 25 регионов Украины с использованием кластерного анализа. Исходными данными классификации методом кластерного анализа были выбраны: интегральный индекс уровня человеческого развития, региональный ВВП в расчете на одного человека и уровень средней заработной платы в регионе. В результате определено, что регионы Украины по факторам влияния на формирование регионального социального капитала делятся на три кластера.

**Ключевые слова:** формирование социального капитала, развитие социального капитала, кластерный анализ.

**Рис.:** 7. **Табл.:** 2. **Библ.:** 13.

**Журавлева Ирина Викторовна** – кандидат экономических наук, профессор, заведующая кафедрой финансов, Харьковский национальный экономический университет им. С. Кузнеця (пр. Ленина, 9а, Харьков, 61166, Украина)

**E-mail:** [ziv@ksue.edu.ua](mailto:ziv@ksue.edu.ua)

**Немашкало Карина Ромеовна** – старший преподаватель кафедры менеджмента и бизнеса, Харьковский национальный экономический университет им. С. Кузнеця (пр. Ленина, 9а, Харьков, 61166, Украина)

**E-mail:** [karina.nemashkalo@bk.ru](mailto:karina.nemashkalo@bk.ru)

UDC 005.336.4

### Zhuravlyova I. V., Nemashkalo K. R. Empirical Studies of Social Capital Formation at the Meso-level

The aim of the article is to study the characteristics of the formation of social capital in the region as a tool for the formation of the regional community, taking into account the specificity of each individual region. The empirical study of meso-level social capital of 25 regions of Ukraine was conducted using cluster analysis. Outgoing data classification selected the following by cluster analysis: the integral index of human development, the regional GDP per capita and the level of the average wage in the region. As a result, it was determined that the regions of Ukraine on the factors influencing the formation of a regional social capital are divided into three clusters.

**Key words:** the formation of social capital, social capital development, cluster analysis.

**Pic.:** 7. **Tabl.:** 2. **Bibl.:** 13.

**Zhuravlyova Irina V.** – Candidate of Sciences (Economics), Professor, Head of the Department of Finance, Kharkiv National Economic University named after S. Kuznets (pr. Lenina, 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine)

**E-mail:** [ziv@ksue.edu.ua](mailto:ziv@ksue.edu.ua)

**Nemashkalo Karina R.** – Senior Lecture of the Department of Management and Business, Kharkiv National Economic University named after S. Kuznets (pr. Lenina, 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine)

**E-mail:** [karina.nemashkalo@bk.ru](mailto:karina.nemashkalo@bk.ru)