

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА»**

ДИНДАР АНТОН СЕРГІЙОВИЧ



УДК 339.564.025.12:008-025.27] (061.1ЄС)

РЕГУЛЮВАННЯ АРТ-БІЗНЕСУ В КРЕАТИВНІЙ ЕКОНОМІЦІ ЄС

Спеціальність 08.00.02 – світове господарство
і міжнародні економічні відносини

Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Київ – 2019

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі європейської економіки і бізнесу ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» Міністерства освіти і науки України, м. Київ.

Науковий керівник:

доктор економічних наук, професор
ЧУЖИКОВ Віктор Іванович,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»,
проректор з науково-педагогічної роботи та міжнародних зв'язків.

Офіційні опоненти:

доктор економічних наук, професор
ШНИРКОВ Олександр Іванович,
Інститут міжнародних відносин
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка,
завідувач кафедри світового господарства
і міжнародних економічних відносин;

доктор економічних наук, доцент
ПРОСКУРІНА Марія Олегівна
Київський національний університет культури і мистецтв,
доцент кафедри шоу-бізнесу.

Захист дисертації відбудеться «11» червня 2019 року о 14:00 на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.006.02 у ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» Міністерства освіти і науки України за адресою: 03057, м. Київ, проспект Перемоги, 54/1, ауд. 203.

З дисертацією можна ознайомитися в бібліотеці ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» за адресою: 03113, м. Київ, вул. Дегтярівська, 49-Г, к. 601.

Автореферат розіслано «07» травня 2019 року.

В.о. вченого секретаря
спеціалізованої вченої ради,
доктор економічних наук, професор

Я.М. Столярчук

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Креативізація економіки суттєво змінила характер, динаміку та структуру сервісної сфери, у межах якої впродовж останньої чверті століття суттєво зросла частка арт-бізнесу. Він стрімко розвивався під впливом не лише внутрішнього попиту на створювані культурні продукти, а й домінантних у суспільстві процесів інтернаціоналізації, глобалізації, а також космополітизації світового культурного середовища. Наслідком цих процесів стала системна дифузія історичних, духовних, культурних та комерційних цінностей, що й зумовило формування арт-ринку, а також розширення цього специфічного бізнесу з притаманними лише йому регуляторними механізмами й інструментами, які, з одного боку, базуються на стимулюванні виробництва креативних продуктів, з іншого — блокують некомпетентний вплив окремих інституцій та посадових осіб на творчий процес. Значних успіхів у формуванні сучасної моделі арт-бізнесу досяг Європейський Союз, однією з провідних цілей якого стала креативізація.

Теоретичні основи регулювання арт-бізнесу в сучасній креативній економіці розкриті у працях зарубіжних учених, зокрема: Т. Адорно, С. Бінклі, Ж. Бодріяра, Р. Вільямса, Н. Гарнхама, А. Гідденса, Гуле де Монто, П. Друкера, М. Енрайта, Дж. Левіса, Ч. Лендрі, Б. Міже, Дж. О'Коннора, Я. Пітерзе, М. Портера, А. Прата, Е. Роджерса, А. Росса, М. Спенса, Дж. Стігліца, М. Сторпера, Дж. Томплінсона, Д. Тросбі, Р. Флориди, Д. Хесмодхала, Дж. Хоукінса та багатьох інших, які заклали методологічні підвалини диверсифікації креативної сфери та арт-підприємництва. Окремі питання організації креативного бізнесу за інтелектуалізації виробництва розглянуто в працях Г. Кельзена, Р. Кайвса, А. Мак-Грата, П. Хірста. Серед вітчизняних науковців, які висвітлили у своїх працях питання регулювання арт-бізнесу в Україні та його кластеризації, варто назвати Л. Антонюк, М. Войнаренка, І. Каленюк, А. Колота, Д. Лук'яненко, Є. Панченка, А. Поручника, М. Проскуріну, Ю. Рибак, О. Тітову, М. Хмару, А. Чужикова, В. Чужикова, О. Шниркова та багатьох інших.

Водночас окремі аспекти досліджуваної проблематики й досі залишаються недостатньо розробленими, зокрема ідентифікація ціннісних ознак та мотивація арт-бізнесу, його інституційне та інструментальне регулювання в ЄС. Не винятком є й Україна, попри значний творчий потенціал, великий інтелектуальний ресурс та всі можливості не лише їхньої реалізації, а й глобального трансферу вироблених у країні креативних продуктів. Тож можна стверджувати, що обрана тема є надзвичайно актуальною для нашої держави, адже набуває не лише теоретичного, а й практичного значення, що є важливим у розробленні довгострокової стратегії економічного розвитку та реалізації Угоди про асоціацію між Україною та ЄС.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертацію виконано відповідно до плану міжкафедральної науково-дослідної теми «Глобальна економічна інтеграція: стратегічні мотивації, формати, національні інтереси» факультету міжнародної економіки і менеджменту ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» (номер державної реєстрації 0116U001387), де автором розроблена модель впливу арт-бізнесу на економічний і соціальний розвиток країн ЄС та його асоційованих членів. Результати досліджень автора використані в підрозділі 3.1 заявленої теми «Перспективи розвитку креативних кластерів у процесі диверсифікації бізнесу: імплементація європейського

досвіду». Окремі розробки та напрацювання автора було використано при реалізації гранту ЄС (Модуль Жана Моне), проект № 529031-LLP-1-2012-1-UA-AJM-MO.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертації є дослідження умов, факторів, механізмів та інструментів регулювання арт-бізнесу в креативному секторі економіки Європейського Союзу, а також процесів креативної кластеризації України в умовах асоціації з ЄС.

Для досягнення зазначеної мети були поставлені й вирішені такі завдання:

- розкрити економічну сутність та значення арт-бізнесу в глобальній економіці;
- дослідити генезис розвитку арт-індустрії в державах-лідерах;
- встановити ідентифікаційні підходи до аналізу інституційних та секторальних змін на арт-ринку;
- дати сутнісну оцінку секторальним і країновим особливостям арт-ринку ЄС;
- охарактеризувати позиції арт-компаній на європейському ринку креативної індустрії;
- визначити механізми та інструменти регулювання арт-бізнесу в ЄС;
- удосконалити інституційно-регуляторне забезпечення європейського вектора розвитку арт-ринку України;
- обґрунтувати дієві механізми конвергенції секторальних ринків України та ЄС;
- розробити модель інноваційно-креативної кластеризації арт-виробництва в Україні.

Об'єктом дослідження є процеси регулювання арт-бізнесу в креативному сегменті глобальної економіки.

Предметом дослідження є сучасні умови, особливості, інструменти та механізми регулювання арт-бізнесу в ЄС.

Методи дослідження. У дисертаційній роботі використано як загальнонаукові, так і спеціальні методи щодо пояснення суті регулювання арт-бізнесу в креативній економіці ЄС. Методологічною базою дисертації слугували: історико-логічний метод (при обґрунтуванні етапів розвитку арт-бізнесу – п. 1.2); метод аналізу і синтезу (у дослідженні секторальних та країнових ринків арт-продуктів – п. 2.1); метод кількісного і якісного порівняння (для оцінювання позицій арт-компаній на європейському ринку креативної індустрії – п. 2.2, п. 3.2); діалектичний метод (при розкритті суті та значення арт-бізнесу в креативній економіці ЄС п. 1.1); кластерного аналізу (при визначенні спільних груп розвитку арт-підприємництва в ЄС та експорту креативних товарів і послуг – п. 2.1, п. 2.3); оцінювання поліструктурних переваг регулювання арт-сектора (при визначенні механізмів та інструментів регулювання – п. 2.3); оцінювання поліструктурних ефектів (в арт-кластеризації вітчизняного креативного простору – п. 3.3).

Інформаційною та статистичною базами роботи слугували законодавчі акти України, офіційні матеріали Державної служби статистики України, звіти, доповіді та аналітичні матеріали ООН, ОЕСР, Європейської Комісії, Євростату, ЮНЕСКО, ЮНКТАД, Європейської кластерної обсерваторії, European Innovation Scoreboard, а також праці провідних вітчизняних та зарубіжних науковців і практиків з проблем регулювання арт-ринку.

Наукова новизна одержаних результатів дисертації полягає в теоретичному узагальненні методологічних підходів до регулювання арт-бізнесу в креативній економіці Європейського Союзу, визначенні його механізмів, інструментів, трендів

розвитку в процесі секторального розширення мистецьких ринків, а також дослідженні можливостей співробітництва між Україною та ЄС у процесі реалізації переваг, що безпосередньо впливають з поглибленої і всеохоплюючої зони вільної торгівлі між Україною та ЄС.

Нові наукові положення, які одержані автором особисто й виносяться на захист, полягають у наступному:

вперше:

– розроблено комплексну модель арт-бізнесу, що відображає сутнісну специфіку продукування нових ідей, стилів і вподобань у процесі створення вартісного ланцюга арт-продукту як механізму мультиканальної передачі культурних інформаційних імпульсів у вигляді естетичних, технологічних і комерційних пропозицій, що зазнають корекції при проходженні через країнові та регіональні морально-етичні, правові і фінансові фільтри відповідно до прийнятих у суспільстві ліній поведінки споживачів шляхом як лінійно-детермінованого трансферу доданої вартості в циклі «дослідження – формування потреби – створення креативного товару/послуги – виробництво – дистрибуція – споживання», так і поліструктурного (модернізація-1) та креативно-конкурентного (модернізація-2) у глобальному арт-середовищі, яке є наслідком глобальної творчо-комерційної дифузії стає суспільне і бізнес-оцінювання та тиражування художніх форм, образів, звуків, кольорових і чорно-білих зображень, медійних форматів, селективних інформаційних контентів, а також їх масових та індивідуальних можливих комбінацій, що відповідають смакам та уподобанням певних груп споживачів;

удосконалено:

– ідентифікаційно-критеріальний базис виокремлення етапів еволюції арт-бізнесу та притаманних йому моделей підприємництва, в основу якого покладено принципи історизму, технологізму, креативізму та глобалізму. Це дозволило обґрунтувати наступні періоди розвитку: античний (IV-III ст. до н. е. – V ст. н. е.) – внаслідок соціальної й майнової диференціації сформувалося мистецтво патриціїв і плебеїв; раннього середньовіччя (VI ст. – XI ст.) – відбувалося розмежування релігійного й культового мистецтва; середньовіччя (XII ст. – перша половина XV ст.) – мало місце відокремлення релігійного мистецтва від ремісництва та початок формування мистецьких колекцій; відродження (друга половина XV ст. – кінець XVIII ст.) – сформувалася економіка високого мистецтва та відбулася комерціалізація друкарства; раннього капіталізму (поч. XIX ст. – 1860-ті роки) – утвердження промислового мистецтва та формування ринків мистецьких товарів; пізнього капіталізму (поч. 1870-х рр. – 1920-ті рр.) – створення міжнародних ринків антикваріату, виникнення й комерціалізація промислового дизайну; турбокапіталізму (розпочався у 1930-ті роки і триває зараз), часовими таксонами якого стали субперіоди: «ідеологізація культури», «індустріалізація культури», «культурні індустрії», «трансформація культурних індустрій у креативні», а також «формування креативних міст». Стислі відрізки часу прискореної еволюції кінця XX – початку XXI ст. відображають високодинамічні тренди комерціалізації мистецтва, зокрема: деполітизації творів, із визначенням реальної вартості арт-продукту, запровадження масових видовищних форматів, створення новітніх медіа, концентрації креативного капіталу в містах, його нетифікації, персоналізації із захистом прав інтелектуальної власності авторів;

– графічну інтерпретацію поліструктурної моделі регулювання культурно-креативного сектора в Європейському Союзі, яка являє собою ієрархічний комплекс інституційно-інструментальної гармонізації всеохопних стратегій розвитку ЄС, наявного правового середовища, інтелектуальної діяльності авторів, митців, виконавців, запровадження спеціальних секторальних інструментів (Робочий план Ради ЄС для культури, «Комплексна політика ЄС для креативно-культурних індустрій», «Культурна та креативна синергія для підтримки інновацій, сталості та інклюзивності», «Підтримка креативно-культурного сектора задля зростання і зайнятості»), а також системи комплементарних регіонально-локальних заходів (регіональні стратегії, моніторинг креативних міст, портал «Культура в містах», ініціатива «Культурні та креативні міста», проекти «Культура для міст та регіонів», «CREATIVESPIRITS», «URBACT»). Трансмісійно-підтримувальну й сигнально-моніторингову функцію регулювання забезпечує поліструктурна система мереж, що охоплює «Trans – Europe – Halles», «Європейську експортну мультиструктурну мережу з питань культури», «Європейську мережу креативних хабів», «Європейський альянс креативних індустрій», а також мережу «CreativeSpIN». Сформована транс'європейська мережна взаємодія, субсидіарний характер відносин між інституціями, комплементарне залучення фінансів, а також збільшувана трансфертність креативних ідей, інтелектуальних і фінансових ресурсів забезпечують формування європейського феномену збалансованої сигнально-продуктивної системи регулювання всього культурно-креативного сектора ЄС, головним об'єктом якого виступає арт-ринок;

– компаративну характеристику конвергентних процесів розвитку арт-ринків України, Польщі та ЄС, яка включає селективну статистичну ідентифікацію культурних процесів (відвідуваність громадянами відповідних заходів та витрати населення на культурні товари та послуги), встановлення кореляційного зв'язку між результатами економічної діяльності досліджуваних об'єктів та задоволенням культурних потреб населення ($R \approx 0,9$), вивчення зв'язків між динамікою ВВП на душу населення та коефіцієнтом відвідуваності арт-заходів, що дозволило визначити в цілому доволі помірну розбіжність між поведінкою, художньо-смаковими уподобаннями споживачів й економічними результатами виробництва. Водночас в Україні був виявлений значно вищий ступінь занедбаності культурної інфраструктури, низька доступність видовищних заходів, активна міграція митців за кордон, збереження принципу «залишкового фінансування» для культурної сфери;

дістали подальшого розвитку:

– уточнення комплементарного інструментарію арт-сектора ЄС, що об'єднує підпрограми «Медіа» і «Культура» та міжсекторальні напрямки активності мегапрограми «Креативна Європа» (2014-2020), селективний аналіз яких дозволяє виокремити найважливіші пріоритети креативізації (доступ споживачів до медіа-операторів; розвиток мереж і нових бізнес-моделей; виробництво європейського аудіо-візуального продукту; забезпечення достатніх компетенцій працівників; культурні призи; культурні столиці; розвиток культурно-креативних мереж; цифрова адаптація; міжнародна кооперація у сфері культури; інтернаціоналізація креативної кар'єри), інструменти її реалізації (підтримка показу європейських фільмів за кордоном та копродакшину; диверсифікація європейських аудіовізуальних товарів; обмін знаннями; підтримка культурного діалогу, культурно-креативних мереж, мобільності митців, перекладу літературних творів). Міжсекторальна співпраця

реалізовуватиметься шляхом запровадження інституційно-блокових механізмів, що складаються з Гарантійного фонду, моделі міжнародної співпраці та розгалуженої мережі «Бюро Креативної Європи», інтеграційна взаємодія яких забезпечує реалізацію завдань культурної конвергенції держав європейського континенту;

– ступенева методика оцінювання характеру секторальної креативізації країн Європейського Союзу, яка передбачає використання низки послідовних таксономічних підходів ідентифікації структури, динаміки, трендів розвитку творчої сфери та охоплює: дослідження товарної структури експорту продукції креативного сектора (у 2015 р. домінантні позиції мав дизайн – 56 % загальних обсягів, образотворче мистецтво – 16,2 %, видавництво – 10,6 %), побудова кластерної діаграми за методом Уорда, що дозволяє виокремити на підставі секторальної подібності структурні моделі креативного експорту (лідери: Австрія, Німеччина, Нідерланди, Польща, Швеція, Бельгія, Хорватія); перевірка її валідності за методом багатовимірною кластерного аналізу К-середніх (K-means method), ідентифікацію часток товарних груп у креативному експорті країн (перманентне лідерство у групах «Франція-Великобританія», «Фінляндія-Латвія-Словенія»); дисперсний аналіз кластерних моделей з відповідним позиціонуванням секторів «Художні твори» та «Виконавче мистецтво»;

– системний підхід до інноваційно-креативної кластеризації арт-виробництва в Україні, який передбачає імплементацію європейської структурної побудови арт-кластерів, її параметральну ідентифікацію в ЄС; розроблення організаційної платформи функціонування; підбір креативної локації; чіткий секторальний поділ; створення додаткових умов для реалізації творчих планів (низька рентна плата, доступний рівень оподаткування, можливість креативного позиціонування); залучення іноземних інвестицій у розроблення та майбутню реалізацію творчих проєктів; формування національних і міжнародних креативних ланцюжків створення доданої вартості, що базуються на унікальності продукування та тиражування мистецьких виробів, їхній комерціалізації та можливості залучення додаткових коштів з Гарантійного фонду Європейського Союзу за напрямком «міжнародна співпраця».

Практичне значення одержаних результатів. Практичне значення сформульованих автором теоретичних положень, висновків і рекомендацій полягає в тому, що вони можуть слугувати методологічною основою розроблення та апробації системної моделі розвитку арт-кластерів в Україні за умови посилення співробітництва з Європейським Союзом, що безпосередньо впливає з Угоди про асоціацію. Практичне значення одержаних результатів підтверджене відповідними довідками, зокрема, на міжнародному та загальнонаціональному рівнях – Представництвом України при Європейському Союзі (№ 3111/36-910-2426 від 24.12.2018 р.), а також Торговим Представництвом Посольства Королівства Бельгія в Україні (довідка від 20.12.2018 р.); на рівні громадських організацій — Громадською організацією «Фундація сприяння європейській інтеграції» (№ 07 від 06.02.2019 р.); на мікрорівні — Товариством «Поверхность-Інвест» (№ 6 від 04.02.2019 р.). Окремі матеріали й результати дослідження впроваджено в навчальний процес ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» (довідка 21.12.2018 р.).

Особистий внесок здобувача. Усі наукові результати, які були викладені в дисертаційній роботі та винесені на захист, здобуті автором особисто.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та висновки результатів дослідження були представлені на 4 конференціях: Міжнародній науково-практичній конференції «Розвиток сучасних міжнародних економічних відносин: фінансово-економічні та соціальні чинники» (м. Одеса, 23-24 вересня 2016 р.), VII Всеукраїнській науково-практичній конференції з міжнародною участю «Сучасні підходи до управління підприємництвом» (м. Київ, 28 квітня 2016 р.), IV Міжнародній науково-практичній конференції «Реструктуризація глобального простору: історичні імперативи та виклики» (м. Київ, 23 квітня 2015 р.), IX Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні проблеми глобальних процесів у світовій економіці» (м. Київ, 20 листопада 2014 р.).

Публікації. Основні положення та результати дослідження опубліковано дисертантом самостійно та у співавторстві у 9 наукових працях, з них: 1 – у науковому фаховому виданні; 4 – у наукових фахових виданнях, які зареєстровані в міжнародних наукометричних базах; 1 – у зарубіжному виданні; 3 – у інших виданнях. Загальний обсяг опублікованих праць, що належить особисто дисертантові, становить 5,2 д.а.

Структура та обсяг дисертації. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг роботи становить 173 сторінки друкованого тексту. Дисертація містить 11 таблиць на 9 сторінках, 36 рисунків на 22 сторінках, 5 додатків на 37 сторінках. Список використаних джерел налічує 197 найменувань.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дисертаційної роботи, сформульовано її мету, завдання, об'єкт і предмет, визначено теоретичну основу і методи дослідження, розкрито зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами, обґрунтовано наукову новизну та практичне значення одержаних результатів, подано інформацію про апробацію та публікації результатів дослідження.

У **розділі 1 «Методологія дослідження арт-бізнесу в глобальній економіці»** досліджено методологічну сутність арт-бізнесу в креативній економіці, розкрито особливості генезису артистичної бізнес-індустрії в державах-лідерах, усебічно обґрунтовані ідентифікаційні підходи до аналізу інституційних і секторальних змін на сучасному ринку.

У роботі показано, що сучасна модель арт-бізнесу сформувалась під час тривалої мистецької дифузії (Е. Роджерс), культурного релятивізму, морального розрізнення краси та потворності (Ж. Бодріяр), культурного тренду глобалізації (Дж. Томлінсон), інтелектуалізації розважальної сфери (А. Мак-Грат) та створення нової глобальної парадигми «Номо network» (укр. Людина мережна). Доведено, що за модернізації культур, їхньої планетизації, креолізації та розвитку нових гібридних і поліструктурних форм локалізації виробництва сформувалась методологічна основа для розвитку активного підприємництва в креативній сфері (Дж. Хоукінс), яка стала своєрідним каркасом для дослідження динаміки та структурних зрушень в арт-бізнесі. Підкреслено, що в межах цих зрушень набули принципово нового значення так званий естетичний менеджмент та метафізичний маркетинг (Гуле де Монто).

У дисертації проаналізовані різні підходи до виокремлення контенту арт-бізнесу («символічних текстів» Д. Хесмондальха, «базових креативних мистецтв» Д. Тросбі,

«культурного сектора» ЮНЕСКО, класифікації арт-бізнесу британського Департаменту культури, медіа та спорту, Міжнародної організації із захисту інтелектуальних прав (WIPO) та інші). Виявлені аналітичні переваги класифікаційної моделі Kern European Affairs, яка дозволяє виокремити кола, сектори та підсектори креативних індустрій. Це дозволило встановити сфери арт-бізнесу, до яких належать образотворче мистецтво, фотографія, скульптура, друковані й мережеві медіа тощо. Звернено увагу на те, що далеко не всі підсектори заявленого підходу можна повною мірою ідентифікувати в межах наявної в Україні та багатьох інших державах (за винятком ЄС) статистичної звітності.

Спираючись на принципи історизму, технологізму, креативізму та глобалізму, автор обґрунтував етапи мистецької еволюції та відповідної комерціалізації створюваних креативних товарів і послуг (табл. 1).

Таблиця 1

Періодизація та моделі комерціалізації мистецтва

Назва періоду		Часовий лаг	Модель комерціалізації
Античний		IV-III ст. до н.е. - V ст. н.е.	Соціальна та майнова диференціація (мистецтво патрициїв і плебеїв)
Раннє Середньовіччя		VI - XI ст.	Цінове розмежування релігійного й культового мистецтва
Середньовіччя		XII ст. - XV ст.	Домінування релігійного мистецтва, його відокремлення від ремісництва. Формування мистецьких колекцій
Відродження		XV ст. – кінець XVIII ст.	Економіка високого мистецтва. Комерціалізація друкарства
Ранній капіталізм		Поч. XIX ст. – 1860-ті роки	Утвердження промислового мистецтва. Формування ринку творів мистецтва
Пізній капіталізм		Поч. 1870-х років – 1920-ті роки	Розвиток засобів виробництва, промисловий дизайн. Виникнення нових видів мистецтва. Утворення міжнародного ринку антикваріату
Глобальний турбокапіталізм	Ідеологізація мистецтва	1930-ті роки – 1950-ті роки	Політизація мистецтва. Замовником і платником нерідко є держава
	Індустріалізація культури	1960-ті роки – поч. 1970-тих років	Метою урядів є контроль за населенням через мистецтво і прогнозування реакції широких мас на продукти арт-сектора
	Культурні індустрії: політична економія арту й культурна політика	1970-ті роки – друга половина 1980-х років	Розроблення методології визначення вартості арт-продукту. Розвиток глобального ринку творів мистецтва та створюваних образів
	Трансформація культурних індустрій у креативні	Поч. 1990-х років – кінець XX ст.	Ринкове оцінювання впливу розвитку арт-сектора на розвиток глобальної економіки. Повна комерціалізація шоу-програм, ТБ, медіа
	Формування креативних міст і локалітетів	Розпочався у 2000 р. і триває	Нова форма самоорганізованих корпорацій. Концентрація креативного капіталу в містах. Нетифікація, персоналізація та інтелектуальний захист творів мистецтва

У дисертації підкреслено, що важливий дослідницький інтерес являє собою сучасна епоха глобального турбокапіталізму, у межах якої моделі комерціалізації мистецтва змінювалися з надзвичайною швидкістю, починаючи від його політизації у 20-х рр. XX ст., поп-арту в 1970-х - до комерціалізації телебачення, глобальних шоу, нетифікації та персоналізації інтелектуальної власності, що мають місце на початок XXI ст.

При обґрунтуванні таксономічних підходів до визначення параметральних характеристик аналізу інституційних та секторальних змін була запропонована мультирівнева дослідницька модель (культура, мотивація, механізми, інституції), а також класифікація індикаторів креативної економіки (первинні, вторинні, третинні, четвертинні). Проаналізовано аналітичну базу галузевого рівня та створюваних у світі вартісних ланцюжків, що дозволило розробити авторську модель ідентифікації характеру й динаміки продукування та трансферу арт-продуктів (рис. 1).

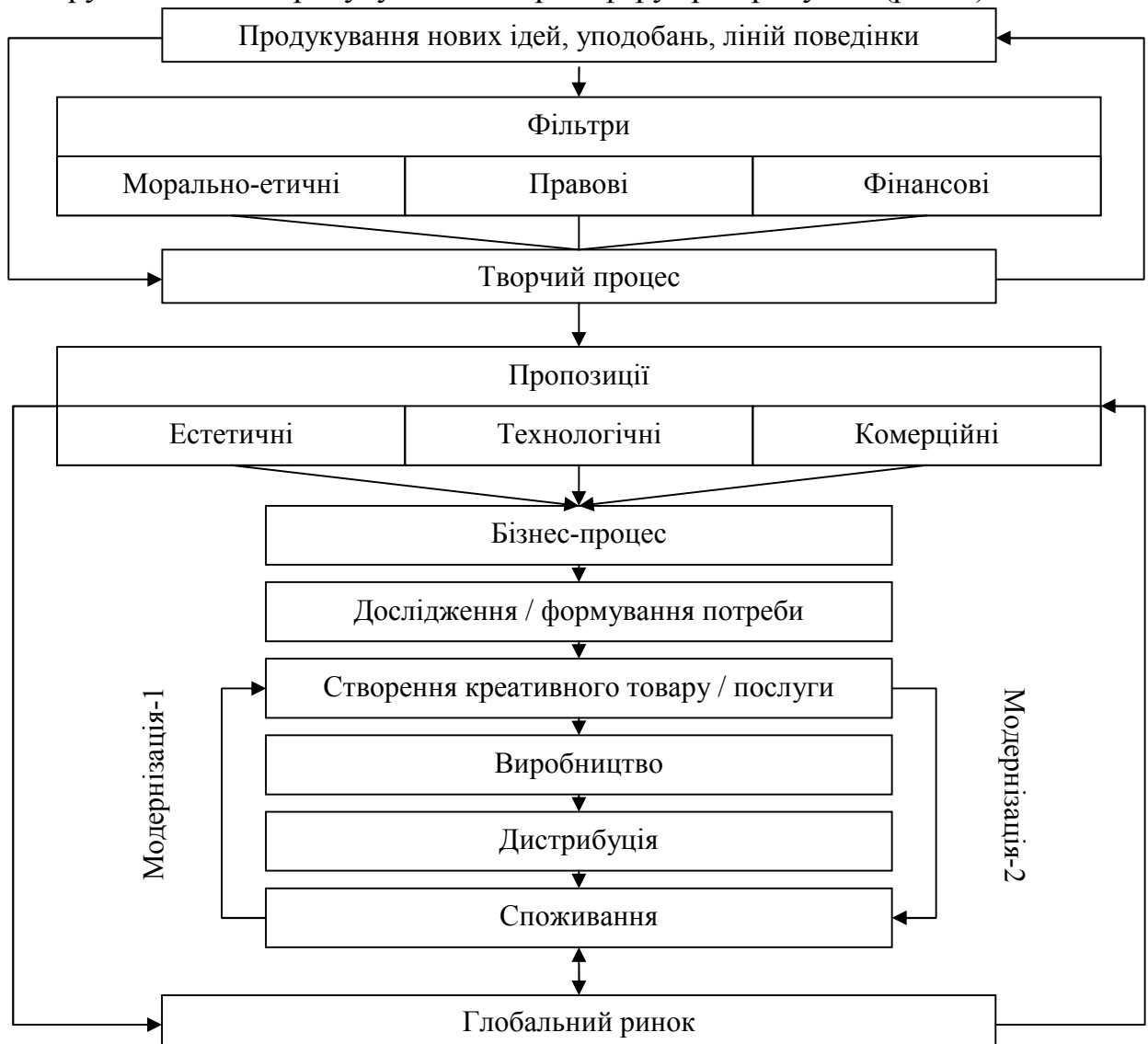


Рис. 1. Комплексна модель арт-бізнесу

У запропонованій моделі існують два варіанти модернізації арт-продукту, перший з яких формується під впливом диференціації смаків й уподобань споживачів та орієнтується на створення таких товарів і послуг, що задовольнятимуть їхні потреби, натомість другий означає подальше загострення конкуренції. Суперечливість і взаємодія цих процесів забезпечує не лише сталий розвиток у мистецькій сфері, а й формування проривних біхевіористичних технологій, комерційним втіленням яких стають вартісні емоції.

У розділі 2 «Аналіз ринку арт-продуктів в ЄС» досліджено арт-сектор як складник економічної системи ЄС, розкрито його детермінанти та тренди формування сучасної структури європейського ринку арт-продуктів, оцінено характер

креативізації економік європейських країн, проаналізовано систему регулювання арт-сектора в ЄС в умовах мережизації культурно-креативної бізнес-діяльності.

Зростання ролі креативно-культурного сектора в економічному розвитку ЄС, на думку автора, може бути аргументоване стрімкою позитивною динамікою ключових індикаторів, серед яких валова додана вартість арт-сектора на рівні 200 млрд євро, або 2,8 % сукупної ВДВ нефінансових секторів економіки інтеграційної спільноти, а також річний показник товарообігу (475 млрд. євро). Для продуктової структури валової доданої вартості культурної індустрії ЄС характерний доволі рівномірний її розподіл між п'ятьма ключовими підсекторами: телерадіомовленням (21 %), архітектурою та дизайном (21 %), видавничою справою та створенням комп'ютерних ігор (21 %), виданням медіа-продуктів, виробництвом музичних інструментів та ювелірних виробів (17 %), кінематографом, телебаченням, музикою та відеопрокатою (15 %).

У роботі розкрито детермінанти формування сучасної структури європейського ринку арт-продуктів, домінантні позиції на якому належать роздрібному сегменту (газети, журнали, книги, музичні композиції, ігри, відео, кіно, заходи, музеї та парки) і сегменту корпоративних замовлень рекламних послуг (телевізійних, радіо, друкованих, зовнішніх засобів масової інформації та інтернет-реклами) та операторів телерадіомовлення. Встановлено, що специфіка розвитку ринку арт-продуктів у ЄС визначається цілою низкою сучасних трендів, серед яких найбільш вагомими є: зростання витрат на рекреаційні та культурні продукти у структурі споживчого бюджету країн ЄС з високим рівнем ВВП на душу населення (насамперед у сфері відвідування музичних концертів, музеїв, кінотеатрів, книжкових та музичних фестивалів); висока еластичність попиту на арт-продукти, що обумовлює його волатильність у більшості країн ЄС; домінування національних ринків у географічній структурі доходів креативного сектора внаслідок мовних бар'єрів для експорту переважної більшості креативних продуктів (особливо в підсекторі «гумор та комедія»); диджиталізація сучасного європейського арт-ринку, яка полягає в поступовому переході від фізичного до цифрового формату споживання культурного продукту через онлайн-сервіси новин, аудіо- та відеопродуктів, цифрові додатки, ігри та соціальні медіа.

У дослідженні доведено, що бізнес-середовище європейської арт-індустрії є висококонкурентним, оскільки характеризується функціонуванням 1,2 млн компаній, більшість з яких зареєстровано в Італії (176 тис.), Франції (160 тис.), Німеччині (128 тис.) та Великобританії (97 тис.). При цьому понад 30 % доданої вартості арт-сектора генерується британськими підприємствами. Встановлено, що найбільша частка компаній сконцентрована в підсекторі архітектури, дизайну та фотографії (51 %), тоді як розподіл підприємств за іншими підсекторами культурної індустрії виявився більш рівномірним (близько 10 %), за винятком видавничої діяльності (5 %) та телерадіомовлення (2 %).

Запропонована методика визначення характеру креативізації країн Європейського Союзу, що базується на цілому ряді послідовних підходів до ідентифікації структури, динаміки та трендів експортно-орієнтованого розвитку арт-сектора, дозволила виявити низку специфічних для нього сутнісних характеристик. Зокрема, дослідження товарної структури експорту продукції креативного сектора свідчить, що домінантні позиції в товарному експорті арт-продуктів ЄС мали дизайн (56 % обсягів), образотворче мистецтво (16,2 %) та видавнича справа (10,6 %).

Наведений у дисертаційній роботі кластерний аналіз, що базується на статистичних даних ЮНКТАД про зовнішню торгівлю креативними товарами (художні твори, аудіовізуальні продукти, дизайн, нові медіа, виконавче мистецтво, видавництво та образотворче мистецтво), дозволив розподілити 28 країн-членів ЄС за критерієм секторальної подібності структури їхнього креативного експорту на основі багатовимірного кластерного аналізу за методом К-середніх (*K-means method*) на шість кластерів, перший з яких включає Бельгію, Естонію, Грецію, Люксембург та Іспанію, другий – лише Ірландію, третій – Фінляндію, Латвію та Словенію, четвертий – Австрію, Болгарію, Хорватію, Чехію, Німеччину, Нідерланди, Польщу, Словаччину, Швецію, п'ятий – Францію та Великобританію й шостий — Кіпр, Данію, Угорщину, Італію, Литву, Мальту, Португалію й Румунію (рис. 2).

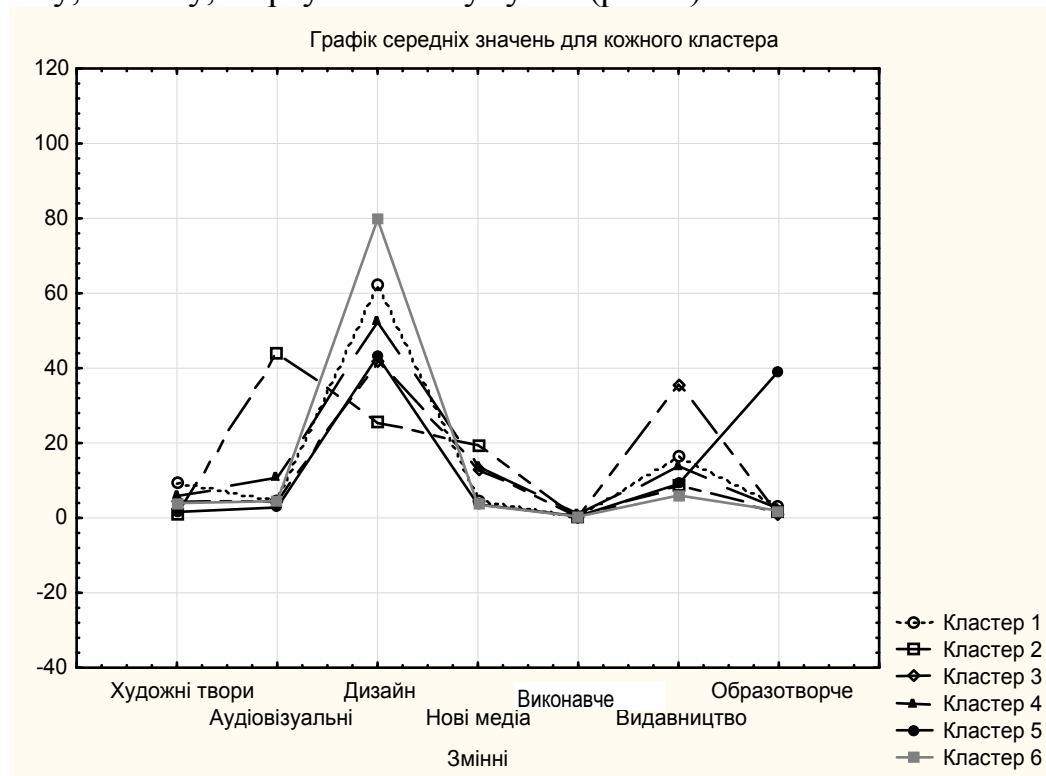


Рис. 2. Середні значення часток товарних груп для шести ідентифікованих кластерів 28 країн ЄС, 2015

Проведений компаративний аналіз середніх значень часток товарних груп за ідентифікованими країновими кластерами дозволив дійти цілого ряду висновків. По-перше, за винятком другого кластера, який включає лише Ірландію, усереднена структура експорту товарів креативної групи є доволі подібною для всіх інших ідентифікованих кластерів. При цьому найбільша варіація часток експорту спостерігається в тих групах креативних товарів, обсяги яких є найбільшими (дизайн, видавництво, образотворче мистецтво). По-друге, ті групи товарів, частки яких у загальному обсязі креативного експорту країн є найменшими (художні твори та виконавче мистецтво), відповідно й менше диференціюються між кластерами.

Збалансованість розвитку європейського арт-сектора забезпечується ієрархічним комплексом інституційно-інструментальної гармонізації стратегій розвитку ЄС з наявним правовим середовищем інтелектуальної діяльності представників творчих професій, запровадженням спеціальних секторальних інструментів (Робочий план Ради ЄС для культури, «Комплексна політика ЄС для

креативно-культурних індустрій», «Підтримка креативного сектора задля зростання і зайнятості), а також із низкою комплементарних регіональних заходів (моніторинг креативних міст, портал «Культура в містах», ініціативи «Культурні та креативні міста», «Культура для міст та регіонів» тощо) (рис. 3).

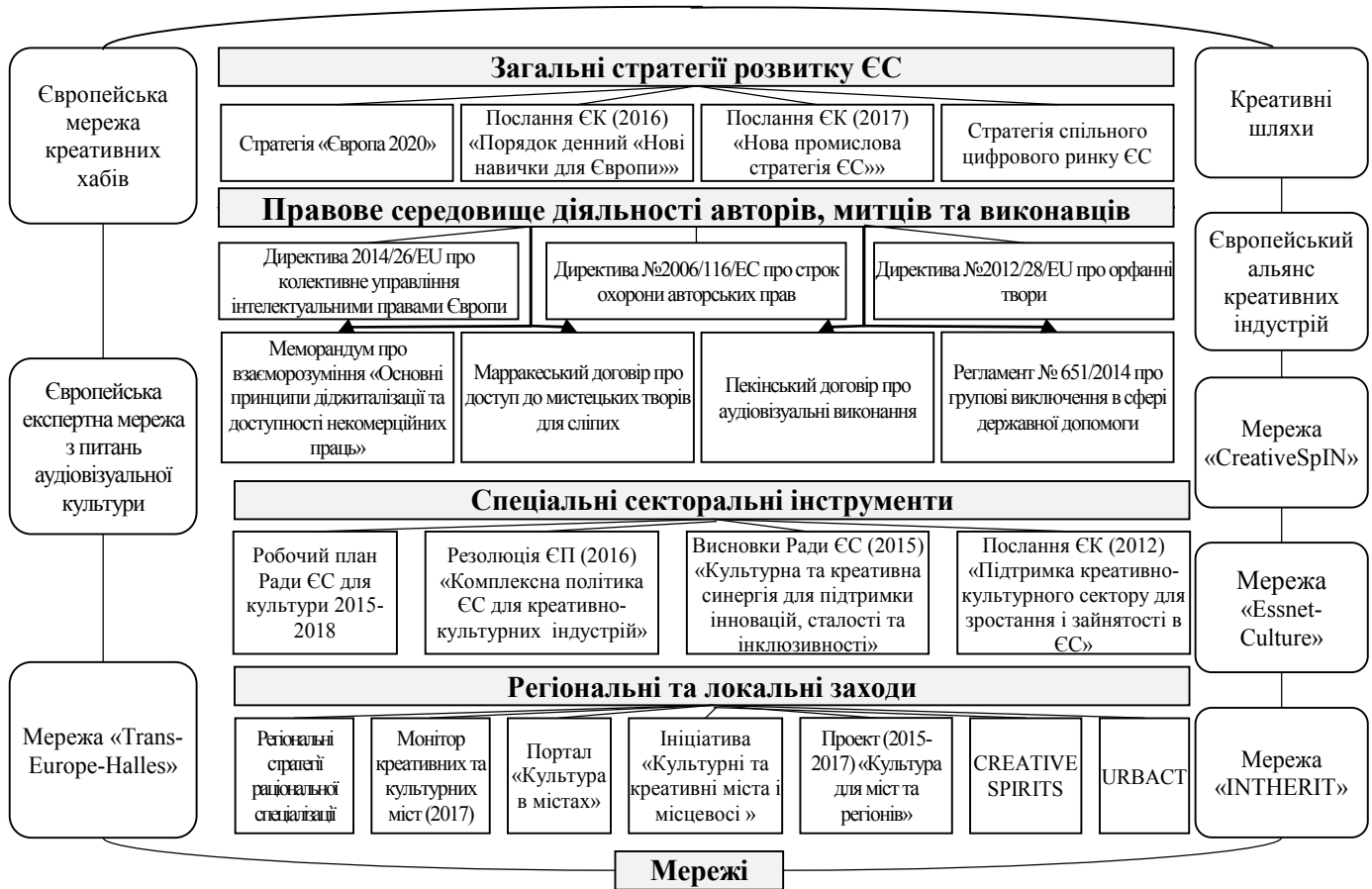


Рис. 3. Система регулювання культурно-креативного сектора в ЄС

Поліструктурна система креативних мереж («Trans – Europe – Halles», «Європейська експортна мультиструктурна мережа з питань культури», «Європейська мережа креативних хабів», «Європейський альянс креативних індустрій», CreativeSpIN та ін.) виконує трансмісійно-підтримувальну функцію регулювання арт-сектора. Сформована транс'європейська мережева взаємодія, субсидіарний характер відносин між інституціями, комплементарне залучення фінансів, а також збільшувана трансферність креативних ідей, інтелектуальних і фінансових ресурсів забезпечують формування європейського феномену збалансованої сигнально-продуктової системи регулювання всього культурно-креативного сектора ЄС, головним об'єктом якого є арт-ринок. Встановлено, що важливим елементом системи підтримки розвитку арт-сектора в ЄС є рамкова програма «Креативна Європа» (2014-2020), комплементарний інструментарій якої об'єднує підпрограми «Медіа», «Культура», а також ряд міжсекторальних напрямків активності.

Сучасними пріоритетами креативізації в ЄС стали розвиток міжнародної кооперації, мереж і нових бізнес-моделей у культурно-креативній сфері, розширення доступу споживачів до медіа-операторів, цифрова адаптація, заохочення виробництва європейського аудіовізуального продукту, забезпечення

комплексу необхідних професійних компетенцій та інтернаціоналізація креативної кар'єри працівників арт-сектора. Провідним засобом імплементації пріоритетів програми «Креативна Європа» стала підтримка копродукцію та показу європейських фільмів за кордоном.

У розділі 3 «Диверсифікація європейського континентального ринку арт-продукції» обґрунтовано інституційно-регуляторне забезпечення європейського вектора розвитку арт-ринку України, визначено механізми конвергенції секторальних ринків України та ЄС, розроблено модель інноваційно-креативної кластеризації арт-виробництва в Україні при диверсифікації економічних, культурних, соціальних відносин з Євросоюзом.

Досліджено характерні риси та тренди арт-ринку України під час створення зони вільної торгівлі з ЄС. З'ясовано, що як для України, так і для Євросоюзу, надзвичайно важливим є формування європейського культурного простору, розвиток міжнародного співробітництва, пропагування української національної культури. Виявлено, що при конвергенції з ЄС великого значення набуває формування спільних інститутів, зокрема Українського інституту всебічного представлення культурного надбання держави за кордоном, у рамках реалізації наднаціональних ініціатив «Креативної Європи», «Еразмус+», «COMUS», «UNIDROIT», Інституту Кеннана, Британської Ради в Україні, Центру розвитку «Демократія через культуру», а також цілої низки фестивалів («Гоголь Фест», «Файне Місто», «Яворів весело»).

У роботі встановлено, що частка підприємництва у сфері культури в Україні та в ЄС постійно зростає, утім якщо в секторальній структурі ВВП України цей індикатор становить 5,07 %, то в ЄС – 7,6 % (2017 р.). Подібні тенденції віддзеркалює й динаміка зайнятості: 3,89 % та 4,76 % відповідно. Проте ще відміннішою виглядає частка витрат на культурні потреби – 1,6 % загальних сукупних витрат в Україні та 8,5 % у ЄС (2017 р.). Відмічено, що наша держава має з ЄС негативне сальдо торговельного балансу товарів культурного сектора. Проте, починаючи з 2015 р., намітилися позитивні тенденції щодо подолання експортно-імпортних диспропорцій в окремих субсекторах (образотворче мистецтво, видавництво, дизайн).

Проведене на прикладі Польщі дослідження конвергенції секторальних ринків України та ЄС дозволило встановити певну подібність у структурі витрат домогосподарств України і Польщі, але й констатувати дистанціювання з тим, що є в країнах-лідерах Євросоюзу. Варто зауважити, що спостерігається збільшувана дивергенція між Україною й Польщею за рівнем коефіцієнтів відвідуваності заходів культурного сектора впродовж 1995-2017 рр. Водночас тренд взаємозв'язку між показниками ВВП та відвідуваності арт-заходів до 2014 рр. виглядав подібним чином (рис. 4).

Обґрунтована необхідність здійснення системної інноваційної кластеризації арт-виробництва, яка базується на інфраструктурному базисі, що охоплює політичну стабільність, розвинену транспортну мережу, диверсифіковану сервісну сферу, комерційну привабливість, сприятливе ментальне середовище, а також доброзичливість місцевого населення. Місцем її локації є, як правило, покинутий індустриальний об'єкт та творча платформа, у межах якої створюється система арт-хабів та здійснюється кластеризація креативної діяльності (рис. 5).

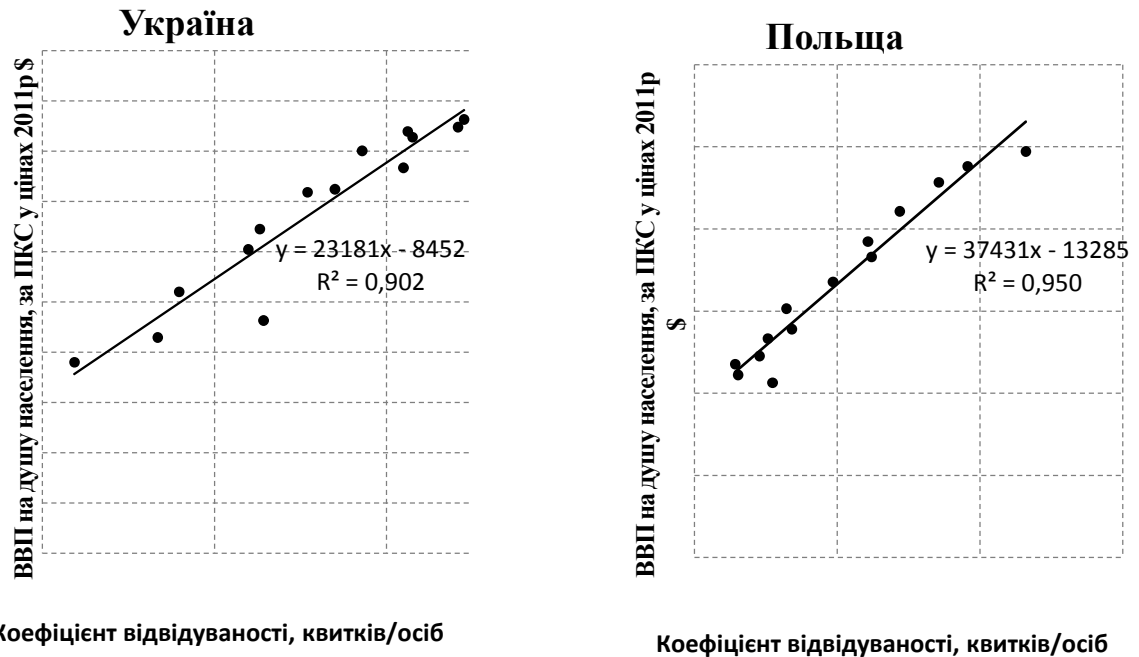


Рис. 4. Визначення взаємозв'язку між показниками ВВП та рівнем відвідуваності арт-заходів 2000-2014 рр.

Встановлено, що в Україні наявними є можливості щодо кластеризації окремих міст та створення на цій основі арт-кластерів («Центр Довженко» і «Платформа» в Києві, «Фабрика повидла» у Львові, а також аналогічного виду об'єкти створено в Одесі, Дніпрі, Харкові, Івано-Франківську).



Рис. 5. Процес комерціалізації в арт-бізнесі

Разом з численними організаційними, фінансовими, людськими та творчими ускладненнями важливим трендом має стати розвиток співробітництва з європейськими кластерами аналогічного спрямування.

ВИСНОВКИ

У дисертації наведено теоретичне узагальнення та запропоноване нове вирішення важливого наукового завдання щодо обґрунтування умов, факторів, механізмів та інструментів регулювання арт-бізнесу в креативній економіці Європейського Союзу, а також визначення особливостей творчої кластеризації економічного простору України при імплементації «Угоди про поглиблену та всеохоплюючу зону вільної торгівлі України з ЄС», що включає обґрунтування побудови ефективної моделі колаборації локальних форм інноваційного зростання в Україні. Це дає змогу сформулювати такі висновки:

1. Значна диверсифікація глобального ринку товарів і послуг, що мала місце впродовж останньої чверті століття, суттєво вплинула на його секторальну структуру, в межах якої чільне місце посіли незвичні для рядового споживача креативні вироби, у яких він оцінював не лише матеріальний, а й духовний, естетичний, віртуальний зміст. Зростання чисельності покупців та продавців арт-продукції, посилення взаємних вимог до якості та задоволення смаків й уподобань потребувало відповідної ідентифікації галузевої структури нового ринку, який кожна з країн визначала відповідно до своїх потреб. Перелік субсекторів, пропонований численними аналітиками й науковцями, збільшувався рік від року. Аналіз трьох найбільш повторюваних підходів до класифікації контенту арт-індустрії дозволив виокремити їхній компонентний склад: архітектура, реклама, дизайн, кіно, відео, література, музика, музеї, галереї, бібліотеки, видавнича діяльність, медіа, театр, хореографія, мистецтво, розроблення відеоігор.

2. Сучасний арт-бізнес являє собою багатофункціональну циклічну систему підприємницьких дій, скерованих на розроблення, продукування, поширення та комерціалізацію художніх образів, звуків, сценічного мистецтва, дизайну, архітектури, інформаційних і видовищних форматів. Багатоаспектність, різноманітність технологічності, ускладнена таксономічність творчого менеджменту, а також фінансова комплементарність створення арт-продукту суттєво гальмують розроблення синтетичних показників розвитку цієї сфери, натомість дозволяють проводити її груповий селективний аналіз. Важливим складником арт-бізнесу є дослідження його генезису, який зазвичай корелюється з етапами розвитку суспільства взагалі та передбачає в межах проведення історичного дискурсу таку послідовність: соціальна й майнова диференціація, унаслідок чого виникло мистецтво патриціїв і плебеїв; цінове розмежування релігійного й культового мистецтва; формування економіки високого мистецтва, комерціалізація друкарської продукції; утвердження промислового мистецтва; торгівля антикваріатом та виникнення ринку товарів мистецтва; розширення попиту на нові види мистецтва, що підтримується державою; політизація й ідеологізація мистецтва; розвиток глобального ринку товарів; концентрація креативного капіталу; нетифікація, персоналізація та захист прав інтелектуальної власності.

3. Сучасними трендами, які відображають структуру та функції європейського ринку арт-продуктів, є, по-перше, домінування в доходах креативного сектора роздрібного сегмента (газети, журнали, книги, музичні композиції, ігри, відео, кіно, заходи, музеї, парки, платне телебачення, відео на замовлення тощо), сегмента корпоративних замовлень рекламних послуг (телевізійних, радіо, друкованих, зовнішніх засобів масової інформації та інтернет-реклами), операторів

телерадіомовлення тощо. По-друге, висока секторальна диверсифікація арт-сектора за критерієм залежності від національного попиту: найменш схильними до експортування стали гумор та комедія, тоді як виробництво програмного забезпечення для ігор є одним з найбільш глобалізованих субсекторів арт-індустрії. По-третє, висока еластичність попиту на арт-продукцію обумовлює його диференціацію між країнами-членами ЄС з максимальною часткою витрат на культурні заходи в бюджеті споживачів країн з високим рівнем ВВП на душу населення. При цьому рушієм зростання витрат на рекреаційні та культурні продукти в ЄС стало відвідування музичних концертів, музеїв, кінотеатрів, книжкових та музичних фестивалів.

4. Дослідження диверсифікації експортної структури креативного сектора країн ЄС, реалізоване на основі методів багатовимірного кластерного аналізу (кластерних дендограм, К-середніх), дало змогу ідентифікувати в ЄС шість груп (кластерів) країн. За винятком одного з кластерів, усереднена структура експорту товарів креативної групи виявилася доволі подібною. Найбільша варіація часток експорту спостерігається в тих групах креативних товарів, обсяги яких є найбільшими (дизайн, видавництво, образотворче мистецтво), тоді як групи товарів з невеликою питомою вагою в загальному обсязі креативного експорту ЄС (художні твори, виконавче мистецтво) відповідно й менше диференціюються між кластерами. Встановлено, що специфіка структури креативного експорту Ірландії полягає в найвищій частці аудіовізуальних товарів та низькій питомій вазі дизайну. Доволі перманентним виявився склад кластерів «Франція – Великобританія», «Фінляндія – Латвія – Словенія», водночас Греція, Іспанія, Естонія та Люксембург стали консолідаційною основою, залишаючись в одному кластері при застосуванні обох статистичних методів кластеризації. Аналогічно до одного кластеру належать Італія, Мальта, Литва, Румунія та Португалія.

5. Поліструктурна модель регулювання креативного сектора ЄС забезпечується комплементарним поєднанням всеохопних стратегій розвитку з правовим регулюванням середовища інтелектуальної власності, запровадженням таких секторальних інструментів, як Робочий план Ради ЄС для культури, «Комплексна політика ЄС для креативно-культурних індустрій», «Культурна та креативна синергія для підтримки інновацій, сталості та інклюзивності», а також цілої низки регіональних та локальних заходів. Фінансові та правові інструменти регулювання арт-сектора доповнюються системою креативних мереж («Trans – Europe – Halles», «Європейська експортна мультиструктурна мережа з питань культури», «Європейська мережа креативних хабів», «Європейський альянс креативних індустрій», CreativeSpIN та ін.), які виконують трансмісійно-підтримувальну та моніторингову функції, стимулюють збільшувану трансферність креативних ідей, інтелектуальних і фінансових ресурсів, забезпечуючи формування європейського феномену збалансованої сигнально-продуктивної системи регулювання всього культурно-креативного сектора ЄС. Центральним елементом системи підтримки розвитку арт-сектора в ЄС є рамкова програма «Креативна Європа» (2014-2020), пріоритетами якої визначено розвиток міжнародної кооперації, мереж і нових бізнес-моделей у культурно-креативній сфері, розширення доступу до медіа-операторів, цифрова адаптація, заохочення виробництва європейського аудіовізуального продукту, забезпечення комплексу необхідних професійних компетенцій та інтернаціоналізації креативної кар'єри працівників арт-сектора.

6. Європейський вектор розвитку арт-ринку України сформувався впродовж останніх тридцяти років і являє собою систему естетичних, комерційних, правових та колабораційних трендів, які разом визначають масштабний процес цивілізаційної культурної конвергенції держав континенту, у межах якого Україна має відігравати одну з ключових ролей. Створення в державі цілої низки офісів програм і проектів ЄС («Креативна Європа», «Містобудівні стратегії в історичних містах», «Культурна спадщина: можливості для покращення життя» тощо), а також договори про культурне співробітництво з Іспанією, Італією, Литвою, Латвією, Фінляндією та іншими державами Європейського Союзу, створюють належні умови для розвитку багатостороннього співробітництва, зокрема щодо підтримки участі окремих митців, їхніх угруповань та цілих колективів у масштабних пан'європейських проектах, розвитку кооперації, культурного підприємництва, створення нових робочих місць. Компаративне дослідження секторальних змін в арт-комплексі країн ЄС і України передбачає необхідність проведення порівняння з подібною до площі й чисельності населення державою Євросоюзу, якою є Польща, зі спільним положенням на європейському континенті, подібною до України системою культурних цінностей та ментальності населення, жанровою затребуваністю, а також структурою витрат домогосподарств. Проведені розрахунки рівнів культурної активності України й Польщі дозволили констатувати, що останнім часом слабшає взаємозв'язок між відвідуваністю культурних заходів і доходами населення в обох країнах. Водночас для арт-ринку Польщі характерною ознакою є культурна євроцентричність, висока культурна мобільність, цінова й територіальна доступність видовищних заходів.

7. Комплексна кластеризація економічного простору України дозволить суттєво змінити підходи до її культурного комплексу, розвитку підприємництва в ньому, культурної та поведінкової диференціації, задоволення смаків й уподобань споживачів, секторального насичення ринку з огляду на наявний попит на креативні товари й послуги, регіональну затребуваність та ступінь модернізації технологічних процесів, що найбільш повно відбивається в межах створених арт-кластерів — кіностудії імені О. Довженка у Києві та «Фабрики повидла» у Львові. Встановлено, що підвищення конкурентоспроможності арт-кластерів в Україні є можливим за рахунок комбінування окремих видів мистецтв, зокрема тих, що належать до модерних, розвитку міжнародних зв'язків та кооперації, інтеграції до європейського креативного середовища, а також оптимізації підприємницької діяльності. Найбільш прийнятною моделлю організації системи кластерів в Україні є створення базових формувань у регіонах, з наступною їхньою таксономізацією, прозорою діяльністю, вивіреною «бездирективним» менеджментом та креативною консолідацією митців.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

У науковому фаховому виданні:

1. Диндар А. Понятійно-термінологічна сутність арт-бізнесу в креативній економіці. *Економічний простір*. 2014. № 92. С. 14-22 (0,5 д.а.).

У наукових фахових виданнях, які зареєстровані у міжнародних наукометричних базах:

2. Диндар А. Позиції культурно-креативної індустрії в економіці ЄС. *Інвестиції: практика та досвід* (Index Copernicus, SIS, GoogleScholar). 2019. №1. С. 53-59 (1,2 д.а.).

3. Диндар А. Особливості європейського вектору розвитку арт-ринку України. *Економіка і держава* (SIS, GoogleScholar). 2018. № 8. С. 103-108 (1,3 д.а.).

4. Диндар А. Еволюція арт-бізнесу в глобальній економіці. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки* (Index Copernicus). 2016. №18 (Частина 1). С. 28-32 (0,6 д.а.).

5. Диндар А., Чужиков В. Мистецька парадигма в креативній моделі глобального економічного простору. *Стратегії економічного розвитку України*. (UlrichsWeb, GlobalSerialsDirectory, GoogleScholar, Національна бібліотека імені В.І. Вернадського). 2016. № 39. С. 30-39 (0,7 д.а., особисто автору належить 0,5 д.а., у яких розкрито суть мистецької парадигми, а також креативну дифузю секторальних парадигм, тенденції креативізації робочої сили в ЄС та Україні).

У зарубіжному виданні:

6. Dyndar A. The influence of the Ukrainian and Polish population's cultural activity on their economic development. *Nierownosci społeczne a wzrost gospodarczy* (Index Copernicus, The Central European Journal of Social Sciences and Humanities, Central and Eastern European Online Library, BazEkon). Rzeszow: Uniwersytet Rzeszowski. 2017. Zeszyt 17. S. 326-338 (0,8 д.а.)

В інших виданнях:

7. Диндар А. Роль ефективного партнерства у розвитку ефективного економічного середовища в умовах глобалізації. *Сучасні підходи до управління підприємством*: зб. тез доп. VII Всеукраїнської наук.-практ. конф. з міжнар уч. Київ: Видавництво «Політехніка», 2016. С. 56 (0,1 д.а.).

8. Диндар А. Економічні механізми регулювання культурного середовища в умовах глобалізації. *Розвиток сучасних міжнародних економічних відносин: фінансово-економічні та соціальні чинники*: мат. міжн. наук.-практ. конф. Одеса: ОНУ імені І.І. Мечникова, 2016. С25-27 (0,1 д.а.).

9. Диндар А. Методи ідентифікації креативного розвитку в ЄС. *Сучасні проблеми глобальних процесів у світовій економіці*: мат. IX міжнар. наук. практ. конф. Київ: НАУ, 2014. С. 29-31 (0,1 д.а.).

АНОТАЦІЯ

Диндар А.С. Регулювання арт-бізнесу в креативній економіці ЄС. — Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини. — ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», Київ, 2019.

У дисертації обґрунтовано методологію дослідження арт-бізнесу в глобальній економіці, систематизовано умови, фактори та механізми регулювання креативної бізнес-діяльності в ЄС. Розроблено поліструктурну модель регулювання культурно-креативного сектора в ЄС, виявлені напрямки вдосконалення інституційно-регулятивного забезпечення європейського вектора розвитку арт-ринку України.

Досліджено генезис розвитку артистичної бізнес індустрії в державах-лідерах. Обґрунтовано ідентифікаційні підходи до аналізу інституційних та

секторальних змін на арт-ринку, проаналізовано секторальні та країнові особливості ринку, наведено компаративну характеристику конвергентних процесів розвитку арт-ринків України, Польщі та ЄС, ідентифіковано позиції арт-компаній на європейському ринку креативної індустрії.

Обґрунтовано механізми конвергенції секторальних ринків України та ЄС. Охарактеризовано тенденції та особливості інноваційно-креативної кластеризації економічного простору європейських країн та України.

Ключові слова: арт-бізнес, культурний сектор, креативні індустрії, моделі регулювання культурно-креативного сектора, культурна політика ЄС, секторальна креативізація, інноваційно-креативна кластеризація, культурно-креативні мережі.

АННОТАЦИЯ

Дындар А.С. Регулирование арт-бизнеса в креативной экономике ЕС. — Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.02 — мировое хозяйство и международные экономические отношения. — ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана», Киев, 2019.

В диссертации обоснована методология исследования арт-бизнеса в глобальной экономике, систематизированы условия, факторы и механизмы регулирования креативной бизнес-деятельности в ЕС. Разработана полиструктурная модель регулирования культурно-креативного сектора в ЕС, определены направления совершенствования институционально-регулятивного обеспечения европейского вектора развития арт-рынка Украины.

Исследован генезис развития артистической бизнес индустрии в государствах-лидерах. Обоснованы идентификационные подходы к анализу институциональных и секторальных изменений на арт-рынке, проанализированы секторальные и страновые особенности рынка, приведена компаративная характеристика конвергентных процессов развития арт-рынков Украины, Польши и ЕС, идентифицированы позиции арт-компаний на европейском рынке креативной индустрии.

Обоснованы механизмы конвергенции секторальных рынков Украины и ЕС. Охарактеризованы тенденции и особенности инновационно-креативной кластеризации экономического пространства европейских стран и Украины.

Ключевые слова: арт-бизнес, культурный сектор, креативная экономика, модели регулирования культурно-креативного сектора, культурная политика ЕС, секторальная креативизация, инновационно-креативная кластеризация, культурно-креативные сети.

ANNOTATION

Dyndar A.S. Regulation of art-business in the creative economy of the EU. - Manuscript.

Thesis for the academic degree of Candidate of Economic Sciences, specialty 08.00.02 — World Economy and International Economic Relations. — Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Kyiv, 2019.

The thesis elaborates on the methodology for studying of the art-business in the global economy, systematizes the conditions, factors and mechanisms for regulating

creative business activities in the EU. Author developed a multistructural model of regulation of the EU cultural and creative industries, which is a hierarchical complex of institutional and instrumental harmonization of the EU development strategies, the existing legal base of intellectual activity of authors, artists, performers, introduction of special sectoral instruments, as well as a set of complementary regional and local measures.

The genesis of the development of the artistic business industry in the leading countries has been uncovered. The criteria for defining the evolutionary stages of art-business and models of creative entrepreneurship have been developed based on the principles of historicism, increasing technological sophistication of creative sphere, sectoral diversification and globalization of markets. The author substantiated identification approaches to the analysis of institutional and sectoral changes in the art market, analyzed national and sectoral features of the market.

An extended identification model of art-product value chain has been developed. The latter is viewed as a complex mechanism for the transfer of information impulses, based on the growing internationalization of sectoral markets, aesthetic, technological and commercial proposals that have undergone correctional changes via relevant moral, ethical, legal and financial national filters, which provide a high dynamics of production of new ideas, tastes, preferences, and modes of behavior of consumers through both linear transfer of value added and multistructural effects, which, under the conditions of vertical diversification, involve the introduction of significant changes in the technology of production of corresponding types of creative goods and services.

The mechanisms of convergence of creative sectors of Ukraine and the EU have been substantiated, positions of the leading art-companies in the European creative products' market have been identified. Author provided a comparative research of the convergent processes of the art-markets of Ukraine, Poland and the EU, which includes: selective statistical identification of cultural processes, establishing a correlation between the results of the economic activity of the studied objects and the satisfaction of the cultural needs of the population, the study of the links between the dynamics of GDP per capita and the rate of attendance of art events, which allowed to determine a rather moderate discrepancy between behavior, artistic and taste preferences of citizens and economic results of production.

Author developed the innovative-creative model of art-production clustering in Ukraine, which involves implementation of European experience of art-clusters construction, establishing a cluster support platform, selection of suitable locations, a distinct sectoral composition of clusters, creation of additional conditions for the implementation of creative plans, attracting foreign investment in the development and future implementation of creative projects, receiving additional financing from the EU Guarantee Fund, as well as fostering of national and international creative value chains, based on the uniqueness of production, replication and commercialization of art-products.

Directions for improving the institutional and regulatory framework of the European development vector of the Ukrainian art market have been identified.

Keywords: art business, cultural sector, creative economy, cultural and creative sector regulation models, EU cultural policy, sectoral creativity, innovative and creative clustering, cultural and creative networks.