ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА»
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Кваліфікаційна наукова

праця на правах рукопису

ТУРСЬКИЙ ІГОР ВОЛОДИМИРОВИЧ

УДК 330.3:332.122

ДИСЕРТАЦІЯ

СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Спеціальність 08.00.05 Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка

Подається на здобуття наукового ступеня

доктора економічних наук

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

_____ І.В. Турський

Науковий керівник:

Кирич Наталія Богданівна

доктор економічних наук,

професор

Тернопіль 2018

АНОТАЦІЯ

Турський І. В. Соціально-гуманітарний розвиток підприємництва регіонів України. На правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.05 «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка» Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя. ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», Івано-Франківськ, 2018.

Дисертація присвячена обґрунтуванню теоретичних засад, розробці методичних положень та формуванню практичних рекомендацій щодо забезпечення соціально-гуманітарного розвитку підприємництва регіонів України.

Теоретичною та методологічною основою дослідження є фундаментальні положення економічної теорії, соціології, теорій просторового розвитку, підприємництва та регіоналістики.

У дисертаційній роботі методологічно обґрунтовано концепцію соціально-гуманітарного розвитку підприємництва регіонів України на основі активізації розвитку креативного підприємництва та підприємництва базованого на знаннях.

Узагальнено концептуальні основи формування новітньої парадигми соціально-економічного розвитку регіонів; ґенеза та зміст поняття соціально-гуманітарного розвитку; обґрунтовано концептуальні основи соціально-гуманітарного розвитку підприємництва, як новітнього базису економічного розвитку регіонів.

Зазначено, що дослідження теоретичного базису регіонального розвитку з урахуванням новітніх тенденцій у зовнішньому середовищі процесів розвитку регіонів дозволяє оновити гносеологічну основу через побудову концептуальних моделей та провести моделювання цього процесу з їх урахуванням. Встановлено, що існуючі парадигми регіонального розвитку

опираються на вивчення проблематики оптимізації співвідношення ринкового саморозвитку та державного регулювання і лише потім забезпечення соціальної спрямованості регіональної економічної політики.

Доведено, що досягнення регіонами цілей сталого розвитку та лідерства повинно базуватись саме на використанні людського капіталу та креативного потенціалу власного населення й збалансованій політиці залучення та створення привабливих умов для висококваліфікованих фахівців на основі інтенсивного використання інтелектуальних і соціально-комунікативних здібностей місцевого населення.

Досліджена креативність як детермінанта трансформації продуктивних сил і конкурентоспроможності підприємств регіону; проаналізовані креативні індустрії, як прояв соціально-гуманітарного розвитку підприємництва, зокрема, їх економічний зміст і функціональну спрямованість, моделі організації в регіонах; вивчено і узагальнено міжнародний і вітчизняний досвід регіонального розвитку креативних індустрій.

Доведено, що креативні індустрії, з одного боку, забезпечують: соціальну мобільність населення, вихід окремого регіону на глобальний ринок, сприяють розвитку індивідуальності людини і довіри в суспільстві; є основою розвитку і збереження екосистеми, культури, історії і традицій регіону; забезпечують появу нових форм бізнесу, інтенсивну науково-освітню діяльність, появу креативного класу, активізацію інвестиційного потенціалу регіону, створення нових робочих місць, формування якісно нової інфраструктури та покращення якості життя населення.

На базі обґрунтованих методологічних положень соціально-гуманітарного розвитку підприємництва в регіонах науково обґрунтовано та запропоновано методологію оцінювання взаємовпливу процесів економічного розвитку регіонів України та їх соціально-гуманітарного розвитку на основі інструментарію багатофакторного аналізу, що дає змогу кількісно оцінити взаємозв’язки між чинниками розвитку регіонів України в контексті стимулювання розвитку креативного підприємництва та підприємництва

базованого на знаннях і визначити першочергові напрями стимулювання соціально-гуманітарного розвитку підприємництва в регіонах України та їх готовність до формування підприємництва базованого на знаннях.

Запропонована методологія економетричного аналізу сталого розвитку підприємництва в контексті його соціально-гуманітарного та розвитку територій; виявлені методологічні і практичні проблеми оцінювання соціально-гуманітарного розвитку підприємництва у контексті глобального прогресу; розроблено факторну модель глобального сталого розвитку з урахуванням соціально-гуманітарного розвитку підприємництва; розроблено підхід до економетричного оцінювання впливу соціально-гуманітарного розвитку підприємництва на економічний розвиток регіонів.

На основі формування новітньої парадигми соціально-економічного розвитку регіональних систем розроблено методичний підхід на основі факторної моделі глобального сталого розвитку, що дає можливість ідентифікувати і ранжувати за силою впливу соціально-гуманітарні та економічні чинники, що впливають на сталий розвиток територій та ідентифіковані можливості використання аналітичного інструменту щодо прийняття рішень для розробки державних стратегій економічного розвитку регіонів в контексті стимулювання підприємницької діяльності в регіонах України.

Розроблено науковий підхід до оцінювання соціально-гуманітарного та економічного розвитку регіонів України на основі поєднання кластерного, факторного та дискримінантного аналізів та комплексу показників розвитку і їх взаємозв’язку, що дало змогу структурувати регіональний простір та ранжувати регіони України за мірою взаємного впливу чинників соціально-гуманітарного та економічного розвитку регіонів і підприємництва на ефективність економічної діяльності регіонів та запропонувати показникову базу оцінювання цих процесів.

Ідентифіковані новітні глобальні тренди економіки знань і їх вплив на структуру зайнятості регіонів; проведена кількісна оцінка потенціалу регіонів

України щодо формування умов для розвитку підприємництва економіки знань та креативної економіки та запропоновано концепцію формування стратегії соціально-гуманітарного розвитку підприємництва регіону на основі принципів державно-приватного партнерства.

Отримано кластерну регіональну структуру України і її топологію на основі використання кластерного, дискримінантного та факторного аналізів за даними Державного комітету статистики України. Застосування методу головних компонент дало можливість виділити два фактори, що впливають на регіональний розвиток в Україні: діяльність підприємств та соціально-гуманітарний розвиток регіонів. Такий підхід дає змогу ідентифіковувати регіональні структури за ознаками соціальних, гуманітарних та економічних процесів та будувати комплексні рейтинги та оцінки регіонів за різними ознаками нової економіки знань та креативної економіки для подальшого розроблення та моніторингу виконання стратегічних планів розвитку креативного та інтелектуального підприємництва.

Науково обґрунтовано, що у сучасних умовах нерівномірності розвитку регіонів, зниження рівня соціально-економічних показників, дефіциту ресурсів та з урахуванням спрямованості регіональної політики економічно розвинених країн на інтелектуальний і креативний вектори, необхідною є зміна орієнтирів державного регулювання регіонального розвитку до непрямих методів і державного стимулювання соціально-гуманітарного розвитку підприємництва регіонів на основі мотивації регіональних органів влади та підприємницьких структур до формування полюсів розвитку і росту креативних підприємств та підприємництва економіки знань, як таких, що забезпечують генерацію найбільшої доданої вартості порівняно з традиційними галузями промисловості.

Досліджено і розроблено нові механізми та інструментарій у сфері забезпечення соціально-гуманітарного розвитку підприємництва в регіоні; адаптовано світовий досвід державної підтримки регіонального розвитку підприємництва; запропоновано методичний підхід до обґрунтування

інструментарію державної підтримки та стимулювання забезпечення соціально-гуманітарного розвитку підприємництва в регіоні.

Розроблено стратегію стимулювання соціально-гуманітарного розвитку підприємництва в регіонах України, через розробку аналітичного забезпечення та практичних інструментів підтримки управлінських рішень щодо стимулювання розвитку підприємництва на регіональному рівні на основі системи чинників соціально-гуманітарного розвитку підприємництва, принципів розміщення продуктивних сил в регіоні і багаторівневої системи гуманітарного розвитку регіону на основі використання сучасного інструментарію структурного синтезу та стратегічного управління.

Загалом у дисертації запропоновано теоретичне узагальнення та нове вирішення важливої наукової проблеми забезпечення соціально-гуманітарного розвитку підприємництва, що полягає в розробленні концептуального підходу щодо теоретико-методологічного забезпечення розвитку регіонів України на основі активізації розвитку креативного підприємництва та підприємництва базованого на знаннях.

Ключові слова: концепція соціально-гуманітарного розвитку, розвиток підприємництва регіонів, оцінювання рівня розвитку, економетричне оцінювання розвитку регіонів, креативні індустрії регіонів, підприємництво.

ANNOTATION

Turskyj I. V. Social-Humanitarian Development of Ukraine's Regions' Enterprineurship. Manuscript.

The dissertation for a doctor of economic science degree by speciality 08.00.05 productive forces development and regional economy. Ivan Puliuj Ternopil National Technical University. SHEE «Vasyl Stefanyk Precarpathian National University V. Stefanyk», Ivano-Frankivsk, 2018.

The dissertation is devoted to the substantiation of theoretical principles, the development of methodological provisions and the formulation of practical recommendations on ensuring the social and humanitarian development of entrepreneurship in the regions of Ukraine.

The dissertation is devoted to the substantiation of theoretical principles, the development of methodological provisions and the formulation of practical recommendations on ensuring the social and humanitarian development of entrepreneurship in the regions of Ukraine.

The theoretical and methodological basis of the research are the fundamental positions of economic theory, sociology, theories of spatial development, entrepreneurship and regionalistics.

In the dissertation work, the concept of social and humanitarian development of entrepreneurship of regions of Ukraine is methodologically grounded on the basis of activating the development of creative entrepreneurship and entrepreneurship based on knowledge.

The conceptual foundations of formation of the latest paradigm of socio-economic development of regions are generalized; the genesis and content of the concept of social and humanitarian development; the conceptual foundations of social and humanitarian development of entrepreneurship as the newest base of economic development of regions are substantiated.

It is noted that the study of the theoretical basis of regional development taking into account the latest trends in the external environment of regional development processes allows us to update the epistemological basis through the construction of conceptual models and to conduct modeling of this process with their consideration. It is established that the existing paradigms of regional development are based on the study of the problems of optimization of the ratio of market self-development and state regulation, and only then ensuring the social orientation of regional economic policy.

It is proved that achievement of the goals of sustainable development and leadership by the regions should be based on the use of human capital and creative

potential of the population and a balanced policy of attraction and creation of attractive conditions for highly qualified specialists based on the intensive use of intellectual and social and communicative abilities of the local population.

Creativity as a determinant of transformation of productive forces and competitiveness of enterprises of the region is researched; analyzed creative industries as a manifestation of social and humanitarian development of entrepreneurship, in particular, their economic content and functional orientation, models of organization in the regions; The international and domestic experience of regional development of creative industries has been studied and summarized.

It is proved that creative industries, on the one hand, provide: social mobility of the population, the output of an individual region on the global market, promote the development of individuality and trust in society; is the basis for the development and preservation of the ecosystem, culture, history and traditions of the region; provide the emergence of new forms of business, intensive scientific and educational activities, the emergence of a creative class, the activation of investment potential of the region, the creation of new jobs, the formation of a qualitatively new infrastructure and improving the quality of life of the population.

Based on the substantiated methodological provisions of the social and humanitarian development of entrepreneurship in the regions, the methodology for assessing the interaction of processes of economic development of the regions of Ukraine and their social and humanitarian development on the basis of a multi-factor analysis tool is scientifically proven, which enables to quantify the interconnections between the factors of the development of regions of Ukraine in the context of stimulating the development of creative entrepreneurship and entrepreneurship based on knowledge and to identify the priority A priori stimulate the social and humanitarian development of entrepreneurship in the regions of Ukraine and their readiness for the formation of entrepreneurship based on knowledge.

The proposed methodology of econometric analysis of sustainable development of entrepreneurship in the context of its social and humanitarian and developmental territories; the methodological and practical problems of evaluation

of social and humanitarian development of entrepreneurship in the context of global progress are revealed; developed a factor model of global sustainable development taking into account social and humanitarian development of entrepreneurship; the approach to econometric evaluation of the influence of social and humanitarian development of entrepreneurship on the economic development of the regions is developed.

On the basis of the formation of the latest paradigm of socio-economic development of regional systems, a methodical approach based on a factorial model of global sustainable development has been developed that enables to identify and rank on the strength of influence the socio-humanitarian and economic factors that influence the sustainable development of territories and identify the possibilities of using the analytical tool. on decision-making for the development of state strategies for the economic development of regions in the context of stimulating entrepreneurial activity in the regions of Ukraine.

The scientific approach to assessing the social and humanitarian and economic development of the regions of Ukraine based on a combination of cluster, factor and discriminatory analyzes and a set of indicators of development and their interrelationship has been developed, which made it possible to structure the regional space and rank the regions of Ukraine in terms of the mutual influence of the factors of social and humanitarian and economic development of regions and entrepreneurship on the efficiency of economic activity of the regions and to propose an indicator base for the evaluation of these processes.

Identified the latest global trends of knowledge economy and their impact on the employment structure of the regions; a quantitative assessment of the potential of the regions of Ukraine regarding the formation of conditions for the development of entrepreneurship of the knowledge economy and creative economy has been carried out and the concept of formation of the strategy of social and humanitarian development of entrepreneurship in the region is proposed based on the principles of public-private partnership.

The cluster regional structure of Ukraine and its topology based on the use of cluster, discriminatory and factor analysis have been received according to the data of the State Statistics Committee of Ukraine. Application of the method of the main components enabled to distinguish two factors influencing regional development in Ukraine: activity of enterprises and social and humanitarian development of regions. This approach allows identifying regional structures on the basis of social, humanitarian and economic processes, and building integrated ratings and assessing the regions by various features of the new knowledge economy and creative economy for further development and monitoring of strategic plans for the development of creative and intellectual entrepreneurship.

It is scientifically substantiated that in today's conditions the uneven development of the regions, the decrease of the level of socio-economic indicators, the resource deficit and taking into account the orientation of the regional policy of economically developed countries on the intellectual and creative vectors, it is necessary to change the guidelines of state regulation of regional development to indirect methods and state social stimulation -humanitarian development of entrepreneurship of regions on the basis of motivation of regional authorities and entrepreneurial structures to form tion and growth poles of creative enterprise and entrepreneurship knowledge economy, such as providing the greatest generation of added value compared to traditional industries.

New mechanisms and tools in the field of provision of social and humanitarian development of entrepreneurship in the region were explored and developed; the world experience of state support for regional development of entrepreneurship has been adapted; Methodical approach to substantiation of the state support instrument and promotion of social and humanitarian development of entrepreneurship in the region is proposed.

A strategy to stimulate the social and humanitarian development of entrepreneurship in the regions of Ukraine has been developed through the development of analytical support and practical tools for supporting management decisions on stimulating entrepreneurship development at the regional level on the

basis of a system of factors of social and humanitarian development of entrepreneurship, principles of the deployment of productive forces in the region and a multilevel system of humanitarian development. based on the use of modern structural synthesis and strategic tools On governance.

In general, the theoretical generalization and a new solution of an important scientific problem of ensuring the social and humanitarian development of entrepreneurship is proposed in the dissertation, which consists in developing a conceptual approach to the theoretical and methodological support of the Ukraine's regions development on the basis of activating the development of creative entrepreneurship and entrepreneurship based on knowledge.

Key words: concept of social and humanitarian development, development of regional entrepreneurship, assessment of development level, econometric evaluation of regional development, creative industries of regions, entrepreneurship.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

1. Турський І. Новітня трансформація продуктивних сил: концептуалізація взаємозв'язку креативності і конкурентоспроможності підприємств // Моделювання регіональної економіки. №1(29). 2017. С. 124–141

2. Турський І., Спасів Н. Домінанти політики оптимізації видаткової частини місцевих бюджетів України на соціальні цілі// Інноваційна економіка № 12 (38). 2012. С. 223-226

3. Турський І. Моделювання оцінки готовності регіонів України до розвитку економіки знань // Моделювання регіональної економіки. № 1(27). 2016 р.С. 30-40

4. Турський І., Спасів Н. Доходи державного бюджету України-2012: асиметрії формування та резерви нарощування //Наукові записки. Серія "Економіка": збірник наукових праць. Вип. 21. 2013. С. 195–202

5. Турський І. Регіональні моделі креативних індустрій: порівняльний // Моделювання регіональної економіки. № 2 (28). 2016 р. С. 244–262

6. Турський І. Багатовимірне економетричне оцінювання впливу соціально-гуманітарного розвитку підприємств на розвиток країн // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: економічні науки. Вип. 22–2. 2017. С. 148-156

7. Турський І. Український вектор розвитку соціального підприємництва пріоритет регіонального економічного розвитку // Економіка і держава. №8. 2017. С. 22–26

8. Турський І. Моделювання залежності валового регіонального продукту від розвитку підприємництва регіонів України // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: економічні науки. Вип. 25–7. 2017. С. 148–156

9. Турський І. Регіональний розвиток через економіку знань нова якість розвитку // Приазовський економічний вісник. 2017. Випуск № 3(03). С. 59–64. Електронний ресурс. Режим доступу до ресурсу: http://pev.kpu.zp.ua/vypusk-3-03

10. Турський І. Глобальні та регіональні тренди креативних індустрій та перспективи їх розвитку в Україні // Моделювання регіональної економіки. №2(30). 2017. С. 108-127

11. Турський І. Факторне оцінювання впливу розвитку підприємництва на економічний розвиток регіонів //Економіка та суспільство №11. 2017. Електронний ресурс. Режим доступу до статті: http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal-11

12. Турський І. Знання як детермінанта трансформації моделей економічного розвитку регіонів і країн // Інвестиції: практика і досвід № 14. 2017. С. 43-49

13. Турський І. Особливості впливу економіки знань на соціо-гуманітарний розвиток підприємництва регіонів. // Ефективна економіка №7. 2017 р. Електронний ресурс. Режим доступу до статті: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5687

14. Турський І. Аналітичне дослідження структури підприємництва регіонів України // Агросвіт № 14. 2017. С. 33-38

15. Турський І. Основні тенденції формування економіки знань та необхідність трансформації продуктивних сил // Глобальні і національні проблеми економіки. № 13. 2017. Електронний ресурс. Режим доступу до статті: http//global-national.in.ua/issue-18-2017

16. Турський І. Економетричний підхід до кластеризації регіонів України за рівнем соціально-економічного розвитку // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство». Випуск № 14. 2017. С. 44-55

17. Турський І., Гайда Т. Економіка знань: соціально-гуманітарні фактори розвитку та регіональні аспекти // Бізнес-Інформ. № 8. 2017 р. С. 14–21.

18. Турський І., Ляшенко О.М. Теоретико-прикладні аспекти моделювання процесів розвитку підприємництва регіонів // Економіка: реалії часу. №3(31). 2017. С. 60-69.

19. Турський І. Міжнародний досвід регіонального розвитку креативних індустрій // Бізнес-Інформ. № 12. 2017 р. С. 72–79.

20. Турський І. Концептуальні основи формування новітньої парадигми соціально-економічного розвитку регіонів //Проблеми економіки № 4. 2017 р. С. 230-235

21. Турський І. Вплив креативного класу на економічну діяльність та регіональний розвиток// International scientific conference “The global competitive environment: development of social and economic systems, (April 21, 2017, Chisinau, Republic of Moldova): Baltija Publishing. С. 96-99

22. Турський І. Креативність детермінанта трансформації продуктивних сил// Матеріали міжнародної науково-практичної конференції “Проблеми та перспективи розвитку економіки в контексті євроінтеграційних процесів”, (м. Запоріжжя, 2017 р.). С. 72-76

23. Турський І. До питання вимірювання впливу розвитку підприємництва на соціально-економічний розвиток країни// Матеріали міжнародної науково-практичної конференції “Актуальні проблеми функціонування господарської системи України”, (2017 р., м. Львів). С.10-13

ЗМІСТ

ВСТУП…… 17

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА РЕГІОНІВ.. 28

1.1. Концептуальні основи формування новітньої парадигми соціально-економічного розвитку регіонів…….. 28

1.2. Генеза та зміст поняття соціально-гуманітарного розвитку……. 50

1.3. Концептуальні основи соціально-гуманітарного розвитку підприємництва, як новітній базис економічного розвитку регіонів…….. 75

РОЗДІЛ 2. СИНЕРГІЯ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ КРЕАТИВНОСТІ У РЕГІОНАЛЬНОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА…… 98

2.1. Креативність як детермінанта трансформації продуктивних сил і конкурентоспроможності підприємств регіону……... 98

2.2. Креативні індустрії, як прояв соціально-гуманітарного розвитку підприємництва: економічний зміст і функціональна спрямованість…… 120

2.3. Становлення креативного класу: вплив на економічну діяльність та регіональний розвиток……... 141

2.4. Міжнародний і вітчизняний досвід регіонального розвитку креативних індустрій……. 157

РОЗДІЛ 3. МЕТОДОЛОГІЯ КІЛЬКІСНОГО ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА РЕГІОНІВ…… 188

3.1. Методологія економетричного аналізу сталого розвитку підприємництва в контексті соціально-гуманітарного розвитку територій…… 188

3.2. Теоретико-практичні проблеми кількісного оцінювання соціально-гуманітарного розвитку підприємництва в контексті глобального прогресу 207

3.3. Економетричне моделювання соціально-гуманітарного розвитку регіонів, країн, та підприємництва у контексті сталого розвитку……. 230
РОЗДІЛ 4. СТАНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ ОСНОВА НОВОЇ ПАРАДИГМИ СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В РЕГІОНАХ…… 293
4.1. Теоретико-практичні засади формування економіки знань……. 293
4.2. Структурні особливості економіки знань та їх вплив на розвиток підприємництва регіонів…… 327
4.3. Соціально-гуманітарні чинники функціонування економіки знань на регіональному рівні…… 338
4.4. Багатофакторне оцінювання готовності регіонів України до формування економіки знань в умовах соціально-гуманітарного розвитку підприємництва……. 355
РОЗДІЛ 5. ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В РЕГІОНІ…….. 374
5.1. Формування механізму управління соціально-гуманітарним розвитком підприємництва в регіоні…… 374
5.2. Інструментарій державної підтримки регіонального розвитку підприємництва соціально-гуманітарному аспекті……. 392
5.3. Розроблення стратегії соціально-гуманітарного розвитку підприємництва в регіоні…… 416
ВИСНОВКИ…… 432
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……... 437
ДОДАТКИ……... 484

ВСТУП

Актуальність теми. Трансформаційні перетворення в соціальній та гуманітарній сферах життєдіяльності українського суспільства, що спрямовані на утвердження в них загальнолюдських цінностей добробуту, соціальної справедливості, здоров'я, соціальної мобільності, адекватних світоглядно-ціннісних орієнтацій, сучасної освіти, розвиненої науки, тощо мають бути системними та послідовними. При цьому, треба враховувати, що у ринковій економіці значимість підприємництва як головного роботодавця, інноватора і джерела економічного зростання давно визнана. Оскільки успішна ринкова економіка базується саме на підприємництві то ефективність і успішність останнього, є визначальним чинником економічного розвитку країн і їх регіонів.

Паралельно з цим, початок XXI століття характеризується розвитком нової креативної економіки, осередком якої є людина, її інтелектуальні ресурси, інновації, глобалізація. Остання чинить значний вплив на національні та регіональні продуктивні сили та трудові ресурси, ринки праці де відбуваються істотні зміни, що стосуються підприємництва, сфери праці та соціально-трудових відносин.

Визначальною рисою сьогодення стала поява нових не стандартних форм зайнятості населення, що стало можливим завдяки прискоренню соціально-гуманітарного розвитку підприємництва під впливом глобалізаційних тенденцій. Ще вкінці 1990-х років креативні індустрії були визнані ключовим, стратегічно важливим елементом соціально-економічного розвитку регіонів і вже з початку 2000-х років багато країн почали рухатися у напрямі розвитку креативного сектору економіки на основі трансформації своїх продуктивних сил. Отже створення умов для розвитку конкурентоздатного, високорозвиненого, соціально відповідального прошарку підприємництва, як найпотужнішого ресурсу економіки та соціальної сфери регіонів стає одним з головних завдань у діяльності як центральних, так і місцевих органів виконавчої влади на регіональному рівні.

Дослідженням проблем соціально-економічного розвитку регіонів приділено значну увагу вітчизняних і закордонних учених-економістів: П. Бєлєнького, І. Благуна, Є. Бойка, П. Бубенка, І. Буднікевич, З. Варналія, А. Голікова, Л. Дмитришин, М. Долішнього, С. Дорогунцова, В. Захарченка, М. Кизима, О. Козирєвої, Д. Кузьміна, М. Портера, В. Плюти, М. Степанова, Д. Стеченка, С. Шульц, Л. Яремко та ін. Теоретичні та прикладні аспекти забезпечення розвитку регіонів на основі децентралізації висвітлюються в працях: І. Вахович, Б. Данилишина, Л. Калашнікової, А. Мельник, В. Поліщук, О. Татаркіна, Т. Уманець та інших.

У сучасній науковій літературі різні аспекти підприємництва досліджувались у роботах: О. Амоші, Б. Буркинського, В. Гриньової, Л. Драгуна, В. Ткаченка, Р. Тяна, Б. Холода, М. Чумаченка, І. Ансоффа, Г. Бірмана, Ю. Блеха, П. Друкера, Н. Ільїна, Я. Мелкумова, В. Шахназарова, Й. Шумпетера.

Наукові дослідження щодо основних трансформаційних процесів у сфері зайнятості населення, розвитку соціально-трудової сфери висвітлені в працях українських учених С. Бандура, І. Бондар, В. Гейця, М. Герасимчука, С. Дикунова, І. Каленюка, А. Колота, Г. Купалової, В. Куценко, Е. Лібанової, Н. Лук’янченко, І. Петрової, В. Петюха, А. Чухно, та ін.

Можна стверджувати, що на основі цих праць сьогодні відбувається становлення наукового напряму, що вивчає трансформацію соціально-трудових відносин, форм і видів підприємництва, і оскільки понятійний і дослідницький апарат у цьому напрямі знаходиться в стадії формування, це і актуалізує потребу в глибокому науковому опрацюванні та систематизації даної проблематики.

Паралельно із вищезгаданими дослідженнями, науковці розробляють теоретичні положення з проблематики формування соціально-гуманітарного регіонального простору, як специфічної інтегрованої системи зовнішнього середовища підприємництва регіонів і країн світу. Це такі вчені як: Н. Бєлікова, Е. Забарна, Л. Ковальська, М. Іваницька, С. Ілляшенко, С. Зубенко,

М. Корецький, А. Кудишин, В. Кученко, Л. Масловська, Л. Манматова, Ю. Пищенко, П. Шевчук, та ін. З іншого боку, теоретико-методичні основи удосконалення управління соціально-гуманітарним розвитком промислового підприємства були закладені ще Е. Карнегі, Джоном Д. Рокфеллером, Е. Вудом, Хоуардом Р. Боуеном.

Зростаюча значущість мережевих відносин, поява нових видів підприємництва та нових професій на фоні розквіту постіндустріальної цивілізації, потребує більш детального розгляду креативної економіки та економіки знань з позицій їх впливу на структуру регіонального економічного простору та процеси трансформації продуктивних сил як основи розвитку підприємництва

Існуючі наукові розробки мають значне наукове і практичне значення. Але, проблема трансформації змісту і форм регіонального розвитку потребує подальшого дослідження, оскільки докорінно змінились внутрішні і зовнішні умови функціонування регіональних систем у контексті новітніх соціально-гуманітарних трендів розвитку. Відбулася трансформація основних детермінант розвитку підприємництва в межах регіонів, країн. Відбувається трансформація продуктивних сил, що є основою підприємництва нової постіндустріальної епохи, що потребує подальших економічних досліджень в напрямку розширення проблематики пошуку.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційну роботу виконано згідно з планами науково-дослідних робіт Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя «Дослідження ефективності територіальних і глобальних інституційних перетворень та їх вплив на економічний розвиток регіонів України (номер державної реєстрації 0102U00301) (здобувачем розроблено методичний підхід щодо удосконалення системи відносин місцевої влади та суб’єктів підприємництва і обґрунтовано наукові положення), «Розроблення територіальних стратегій формування кластерних структур в умовах міжрегіональних інтеграцій» (номер державної реєстрації 0108U004123)

(здобувачем розроблено концепцію регулювання соціально-гуманітарного розвитку підприємництва в контексті формування креативних кластерів.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертації є обґрунтування концепції та розробка теоретико-методологічного забезпечення процесів соціально-гуманітарного розвитку підприємництва регіонів України.

Для досягнення поставленої мети дослідження в роботі поставлено і вирішено такі завдання:

- дослідити концептуальні основи формування новітньої парадигми соціально-економічного розвитку регіонів;
- узагальнити ґенезу та зміст поняття соціально-гуманітарного розвитку та обґрунтувати концептуальні основи соціально-гуманітарного розвитку підприємництва, як новітнього базису економічного розвитку регіонів;
- дослідити креативність як детермінанту трансформації продуктивних сил і конкурентоспроможності підприємств регіону і креативні індустрії, як прояв соціально-гуманітарного розвитку підприємництва;
- узагальнити міжнародний і вітчизняний досвід регіонального розвитку креативних індустрій;
- проаналізувати існуючі методологічні підходи до аналізу сталого розвитку підприємництва і побудувати факторну модель глобального сталого розвитку з урахуванням соціально-гуманітарного розвитку підприємництва;
- виявити методологічні і практичні проблеми кількісного оцінювання соціально-гуманітарного розвитку підприємництва на регіональному рівні у контексті глобального прогресу;
- запропонувати практичний підхід та аналітичний інструментарій дослідження особливостей регіонального розвитку підприємництва і оцінювання впливу соціально-гуманітарного розвитку підприємництва на економічний розвиток регіонів;

- визначити напрями впливу структурних особливостей економіки знань на розвиток підприємництва регіонів та особливості методології його вимірювання;
- запропонувати інструментарій комплексної оцінки готовності регіонів України до розвитку креативних підприємств та підприємств економіки знань;
- розробити стратегію соціально-гуманітарного розвитку підприємництва регіону.

Об'єктом дослідження є процеси соціально-гуманітарного розвитку підприємництва регіонів.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні засади, механізми та інструментарій забезпечення соціально-гуманітарного розвитку підприємництва регіонів.

Методологія і методи дослідження. Теоретичною та методологічною основою дослідження є фундаментальні положення економічної теорії, соціології, теорій просторового розвитку, підприємництва та регіоналістики.

У процесі дослідження використано такі загальнонаукові методи: *аналіз і синтез, наукова абстракція* при дослідженні: концептуальних основ формування новітньої парадигми соціально-економічного розвитку регіонів та креативності як детермінанти трансформації продуктивних сил і конкурентоспроможності підприємств регіону; *наукове узагальнення, історико-логічний* у вивченні: ґенези та змісту поняття соціально-гуманітарного розвитку та креативних індустрій, як прояву соціально-гуманітарного розвитку підприємництва; *індукції та дедукції, порівняння, систематизації* у: обґрунтуванні концептуальних основ соціально-гуманітарного розвитку підприємництва, як новітнього базису економічного розвитку регіонів та міжнародного і вітчизняного досвіду регіонального розвитку креативних індустрій; *кластерний аналіз k-середніх, факторний, регресійний, дисперсійний, канонічний аналізи* для розробки факторної моделі глобального сталого розвитку з урахуванням соціально-гуманітарного

розвитку підприємництва; підходу до економетричного оцінювання впливу соціально-гуманітарного розвитку підприємництва на економічний розвиток регіонів та проведення кількісної оцінки потенціалу регіонів України щодо формування умов для розвитку підприємництва економіки знань та креативної економіки; *системний аналіз та структурний синтез, кібернетичне моделювання* для обґрунтування стратегії соціально-гуманітарного розвитку підприємництва регіону.

Інформаційну базу дослідження склали законодавчі, нормативно-правові акти органів державної влади й управління, вітчизняна та зарубіжна наукова фахова література, статистичні дані Європейського Союзу, Організації Об'єднаних Націй, Міжнародного валютного фонду, Державної служби статистики України, Міністерств України, обласних державних адміністрацій України, аналітична інформація громадських організацій, матеріали науково-практичних конференцій, форумів, круглих столів, симпозіумів та власні розрахунки автора.

Наукова новизна одержаних результатів. У дисертаційній роботі методологічно обґрунтовано концепцію соціально-гуманітарного розвитку підприємництва регіонів України на основі активізації розвитку креативного підприємництва та підприємництва базованого на знаннях.

У процесі дослідження отримані такі наукові результати:

вперше:

на базі обґрунтованих методологічних положень соціально-гуманітарного розвитку підприємництва в регіонах науково обґрунтовано та запропоновано методологію оцінювання взаємовпливу процесів економічного розвитку регіонів України та їх соціально-гуманітарного розвитку на основі інструментарію багатофакторного аналізу, що дає змогу кількісно оцінити взаємозв'язки між чинниками розвитку регіонів України в контексті стимулювання розвитку креативного підприємництва та підприємництва базованого на знаннях і визначити першочергові напрями стимулювання соціально-гуманітарного розвитку підприємництва в регіонах України та їх

готовність до формування підприємництва базованого на знаннях;

– на основі формування новітньої парадигми соціально-економічного розвитку регіональних систем розроблено методичний підхід на основі факторної моделі глобального сталого розвитку, що дає можливість ідентифікувати і ранжувати за силою впливу соціально-гуманітарні та економічні чинники, що впливають на сталий розвиток територій та ідентифіковані можливості використання аналітичного інструменту щодо прийняття рішень для розробки державних стратегій економічного розвитку регіонів в контексті стимулювання підприємницької діяльності в регіонах України;

– розроблено науковий підхід до оцінювання соціально-гуманітарного та економічного розвитку регіонів України на основі поєднання кластерного, факторного та дискримінантного аналізів та комплексу показників розвитку і їх взаємозв'язку, що дало змогу структурувати регіональний простір та ранжувати регіони України за мірою взаємного впливу чинників соціально-гуманітарного та економічного розвитку регіонів і підприємництва на ефективність економічної діяльності регіонів та запропонувати показникову базу оцінювання цих процесів;

– розроблено стратегію стимулювання соціально-гуманітарного розвитку підприємництва в регіонах України, через розробку аналітичного забезпечення та практичних інструментів підтримки управлінських рішень щодо стимулювання розвитку підприємництва на регіональному рівні на основі системи чинників соціально-гуманітарного розвитку підприємництва, принципів розміщення продуктивних сил в регіоні і багаторівневої системи гуманітарного розвитку регіону на основі використання сучасного інструментарію структурного синтезу та стратегічного управління;

удосконалено:

– понятійно-категоріальний апарат, який описує поняття соціально-гуманітарного розвитку підприємництва регіонів, що дозволило розкрити й уточнити сутність даної категорії як інтелектуально-технологічної діяльності,

що направлена на вирішення завдань розвитку підприємництва і синтезу нових знань, вмінь, навичок і особистих якостей підприємців та є цілісною сукупністю принципів методологічного, організаційного і технологічного забезпечення індивідуальної і колективної розумової діяльності з метою розвитку нових видів підприємництва, бізнес-моделей та видів діяльності підприємств, що сприяють економічному розвитку регіонів з урахуванням глобальних тенденцій розвитку;

– підходи до ранжування, групування та створення топології регіонів за ознакою рівня соціально-гуманітарного та економічного розвитку України та підприємництва на основі поєднання кластерного та дискримінантного аналізів за множинами показників, що характеризують ці процеси розвитку;

– систему механізмів регіонального розвитку, у частині формування нових механізмів управління соціально-гуманітарним розвитком підприємництва регіону і формуванням підприємництва пост-індустріальної епохи, соціально-орієнтованого підприємництва на основі використання розробленої автором стратегії розвитку креативного та інтелектуального підприємництва регіону на засадах державно-приватного партнерства, проектного підходу та процесного управління з використанням концептуальної схеми процесу соціально-гуманітарного розвитку підприємництва регіону;

дістали подальшого розвитку:

– теоретичний базис регіонального розвитку через розробку концептуальної структури процесу формування новітньої парадигми соціально-економічного розвитку регіональних систем, що передбачає орієнтацію на чинники впливу зовнішнього середовища, зокрема глобальні, як такі, що докорінно змінюють їх функціонування на основі дії новітніх закономірностей світового розвитку та формування новітніх проявів соціально-гуманітарного розвитку підприємництва, що дозволяє оновити гносеологічну основу (через побудову концептуальних моделей) та провести

прогнозування регіонального розвитку з урахуванням концентрації досліджень на розвитку гуманітарної і соціальної сфер у тісному їх взаємозв'язку з економічним розвитком;

– практичні засади регіонального розвитку через розробку концепції регіонального розвитку на основі формування «регіонів новітніх центрів» соціально-гуманітарного розвитку, що передбачає створення привабливих умов для залучення висококваліфікованих іноземних фахівців і розробку стратегій соціально-економічного розвитку регіонів на основі інтенсивного використання інтелектуальних і соціально-комунікативних здібностей місцевого населення і формування креативного та інтелектуального підприємництва в соціально-гуманітарному просторі регіонів;

– категоріальний апарат в частині трактування поняття соціально-гуманітарного розвитку регіону, як процесу трансформації соціальних відносин і цілеспрямованого впливу на фактори розвитку особистостей, соціуму та регіональної економічної системи в контексті досягнення поставлених цілей регіонального розвитку щодо стимулювання розвитку підприємництва нового типу (креативного, соціального та базованого на знаннях), що дало змогу сформувати новий підхід до розробки стратегій соціально-гуманітарного розвитку підприємництва і визначити напрями трансформації продуктивних сил регіону.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що розроблені теоретико-методологічні положення доведені до рівня конкретних практичних рекомендацій, спрямованих на забезпечення соціально-гуманітарного розвитку підприємництва в регіонах. Теоретичні висновки, науково-практичні рекомендації та інші прикладні результати наукових досліджень, викладені в дисертаційній роботі, знайшли практичне застосування в діяльності окремих підприємств, громадських організацій та установ на регіональному рівні, що підтверджується відповідними актами та довідками про впровадження та використання отриманих у роботі результатів. Зокрема, розробки використовуються у роботі: Тернопільської торгово-

промислової палати (довідка № 337-04-9 від 19.10.2017); Управління стратегічного розвитку міста Тернопільської міської ради (довідка №429/2 від 19.10.2017 р.); Тернопільської обласної державної адміністрації (довідка №01-5170/32-10 від 26.10. 2017 р.); ГО «Асоціація підприємців Тернопільщини» (довідка №335 від 17 жовтня 2017 р.), підприємства SE Bordnetze-Ukraina (довідка №18 від 30.08.2017 р.).

Наукові розробки автора використовуються в навчальному процесі Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, зокрема: при викладанні дисциплін «Стратегічне управління», «Регіональна економіка»; при розробленні навчально-методичних матеріалів для забезпечення навчального процесу з спеціальності 051 Економіка і оновлення змісту програм підготовки фахівців з спеціальності 051 Економіка.

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є завершеною самостійно виконаною науковою працею, у якій всі положення і пропозиції, винесені на захист, розроблені автором особисто. Внесок автора в роботи, виконані у співавторстві, відображено в переліку опублікованих праць за темою дисертації.

Апробація результатів дисертації. Основні теоретичні положення та практичні результати дисертаційної роботи оприлюднено на 7 міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях: International scientific conference “The global competitive environment: development of social and economic systems, (Chisinau, Republic of Moldova, 2017); Міжнародній науково-практичній конференції “Проблеми та перспективи розвитку економіки в контексті євроінтеграційних процесів”, (м. Запоріжжя, 2017 р.); Міжнародній науково-практичній конференції “Актуальні проблеми функціонування господарської системи України”, (м. Львів, 2017 р.), Всеукраїнській науково-практичній конференції “Фінанси, менеджмент та аудит: стан та перспективи розвитку”, (м. Одеса, 2017 р.), International scientific conference “Innovative Economy: Processes, Strategies, Technologies”, Part II. (Kielce, Poland, 2017); III international scientific and practical conference “Scientific and Practical Results in

2016. Prospects for their development", (Abu-Dhabi, UAE 2016); III-й Міжнародній науково-практичній конференції (м. Миколаїв, 2017 р.).

Публікації. Основні положення дисертації опубліковано в 33-ох наукових працях, зокрема: 1 одноосібна монографія; 2 розділи у колективних монографіях та монографіях у співавторстві; 23 наукові статті, з них 20 у наукових фахових виданнях України, з яких 10 у фахових наукових виданнях, що включені до міжнародних наукометричних баз, 3 статті у виданнях іноземних держав та у виданнях України, які включені до міжнародних наукометричних баз; 7 публікацій за матеріалами конференцій. Загалом 11 статей автора опубліковано у наукових виданнях, що включені до міжнародних наукометричних баз.

Загальний обсяг публікацій становить 72,56 друк. арк., особисто здобувачу належить 33,22 друк. арк.

Структура та обсяг дисертації. Дисертація складається зі вступу, 5-ти розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Робота викладена на 511 сторінках, містить: 46 таблиць; 95 рисунків (з них 8 займають 8 повних сторінок); 5 додатків на 25 сторінках; список використаних джерел з 528 найменувань на 74 сторінках. Обсяг основного тексту складає 425 сторінок.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА РЕГІОНІВ

1.1. Концептуальні основи формування новітньої парадигми соціально-економічного розвитку регіонів

Розвиток регіонів є соціально-економічним процесом, що базується на теоретико-практичних принципах регіонального розвитку та залежить від багатьох чинників впливу на регіональні соціально-економічні системи локального рівня. В основі класичних теорій регіонального розвитку покладена проблематика: оптимального розміщення продуктивних сил територій та збалансованого економічного розвитку, оптимального використання особливостей території, природного, трудового та інтелектуального потенціалу, та накопичених фінансових ресурсів, техніко-технологічних особливостей господарювання.

Нині є достатньо багато наукових праць [19, 27, 48, 127, 154], що стосуються тих чи інших аспектів регіонального розвитку, це праці таких вчених як: Б. Данилишин, С. Дорогунцов, О. Ольшанська, Л. Чернюк та З. Герасимчук, М. Долішній, Б. Буркинський, Т. Галушкіна та ін.

Все ж, ми вважаємо, що необхідно визначити теоретико-методологічні засади та практичний базис процесу формування новітньої парадигми регіонального розвитку на основі активізації соціально-гуманітарного розвитку підприємств регіонів.

Кожна парадигма регіонального розвитку повинна формуватися на основі чотирьох комплексних складових (рис. 1.1.) без урахування яких вона не може претендувати на практичне втілення. Наукове обґрунтування парадигм регіонального розвитку не можливе без вивчення і глибокого аналізу: базових та новітніх закономірностей регіонального розвитку,

тенденцій соціально-економічного розвитку територій, чинників впливу різного рівня від національного до глобального.

На рис. 1.1 представлено авторське бачення процесу формування новітньої парадигми соціально-економічного розвитку регіонів, що на відміну від існуючих підходів, базоване на чотирьох рівноцінних базисах цієї парадигми і дає змогу, у подальшому проводити дослідження з урахуванням усіх сторін процесу формування новітньої парадигми.

Концептуальна схема процесу формування новітньої парадигми соціально-економічного розвитку регіональних систем, на сучасному етапі розвитку, передбачає більшу орієнтацію на чинники впливу зовнішнього середовища, зокрема глобальні, як такі, що докорінно змінюють їх функціонування на основі дії новітніх закономірностей регіонального розвитку.

Рис. 1.1. Концептуальна схема процесу формування новітньої парадигми соціально-економічного розвитку регіонів

Джерело: розробка автора

За всю історію існування регіоналістики розвиток теорії і методології регіональних досліджень характерний двома основними напрямами. Перший, це розширення і поглиблення класичних теорій та їх модифікація. Другий це розвиток методології прикладних досліджень. Розробка цих наукових напрямків ґрунтується на теоретичних дослідженнях існуючих теорій, їх емпіричній перевірці та розширенні відомих теорій регіонального розвитку. Окрім того широкого розповсюдження у дослідженнях регіонального розвитку набули методи просторової економетрики, математичної економіки, системного аналізу, що дозволяє вивести дослідження такого класу на суттєво вищий рівень наукового пізнання та практичного використання висновків.

Зазначимо, що дослідження теоретичного базису регіонального розвитку з урахуванням новітніх тенденцій у зовнішньому середовищі процесу розвитку регіонів дозволяє оновити гносеологічну основу (через побудову концептуальних моделей) та провести моделювання цього процесу з їх урахуванням.

Загально відомо, що розвиток регіональних господарських систем підпорядкований основним економічним законам, дія яких проявляється у всіх сферах суспільного відтворення на всіх рівнях. Розміщення та розвиток продуктивних сил, деколи є похідними від теоретичних концепцій, та законів, що не прямо описують регіональний розвиток, оскільки «закони характеризують найбільш суттєві співвідношення між явищами у природі і суспільстві, а закономірності відображають лише стійкий причинно-наслідковий зв’язок між природними та соціально-економічними явищами суспільного життя або етапів історичного процесу» [196, с. 266], проте «не однозначну залежність, а імовірнісну» [118, с. 18].

Дослідники Б. Заблоцький [101], В. Лишиленко [154], підкреслюють основні закономірності розвитку та розміщення продуктивних сил, і виділяють, закономірність територіального поділу праці та закономірність концентрації (спеціалізації) та комплексного розвитку продуктивних сил

регіону, що обумовлено особливостями геоекономічного розташування та різними видами ресурсів, що наявні в регіоні.

Загальносистемними закономірностями регіонального розвитку є постійно діючі і всеохоплюючі закономірності [118, С. 23], комплексність регіонального розвитку також визначають не як практичний прояв економічних законів, а як умову розвитку регіональних господарських систем загалом, яка притаманна всім економічним системам.

Науковці наголошують, що «якщо комплексність це ступінь взаємопов'язаності елементів системи, то комплексний розвиток це динаміка цілеспрямованих змін елементів комплексу і взаємозв'язків між його складовими» [298, с. 721]. Інші вчені: В.Ковалевський, О. Михайлюк, [206], І. Сазонець, О.Чубар, [209], Д. Стеченко, [231] окрім основних закономірностей регіонального розвитку увагу приділяють міжрегіональним розбіжностям та їх проявам диспропорціям, що загрожують розбалансуванням усієї економіки країни.

Регіон, як суб'єкт економічних відносин має свої економічні інтереси, хоча є об'єктом зосередження природних ресурсів, населення, виробництва і споживання, сфери обслуговування. Саме тому, у сучасних працях регіон визначається як система. Тому, залежно від мети і рівня дослідження, регіон може сприйматись по-різному у відповідності з однією з чотирьох найбільш поширених в сучасній економічній науці парадигм регіону [185, с. 83-84]: регіон-квазідержава, регіон-квазікорпорація, регіон-ринок (ринковий ареал), регіон-соціум (соціополіс) і залежно від трактування сутності поняття регіон (рис. 1.2).

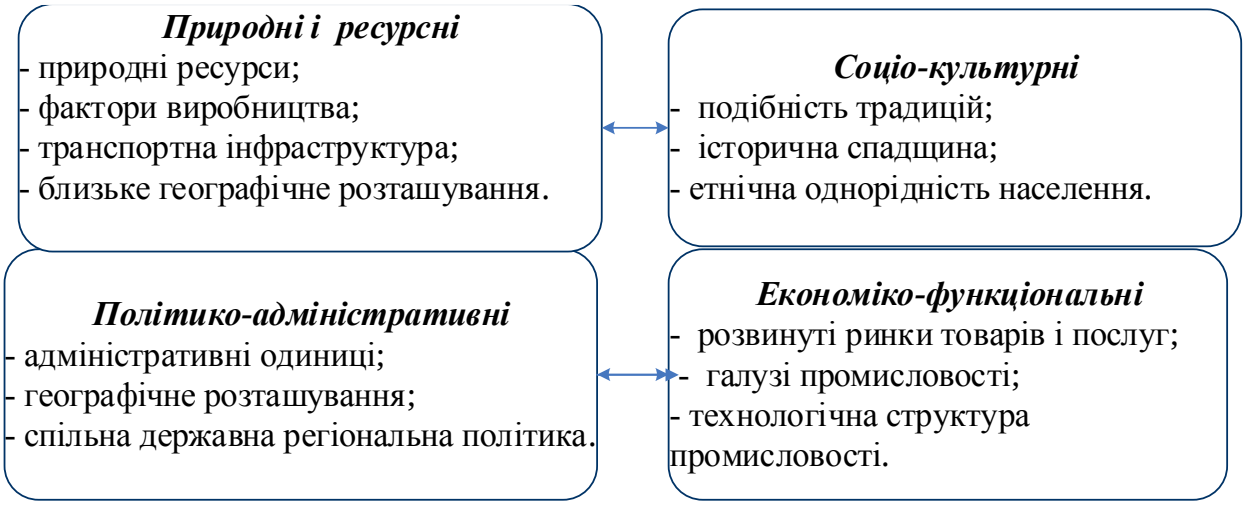


Рис. 1.2. Класифікація регіонів по Яухайнену.

Джерело: склав автор за [127, 185].

Регіони квазідержави це «відособлені підсистеми держави і національної економіки» [203, с. 41] і визначаються як такі, що керують використанням природніх багатств та здійснюють моніторинг, а контроль за природокористуванням здійснюється на загальнодержавному рівні. Розвиток таких регіонів як квазідержав передбачає делегування частини повноважень по вертикалі, що підкріплюється проведенням відповідних адміністративно-територіальних та економічних реформ, направлених на стимулювання регіонального саморозвитку з врахуванням інтересів регіонів та відведенням ключової ролі у цьому місцевим органам влади з покладанням на них більшої частини відповідальності за відповідні результати проваджуваної політики. В результаті однією з головних функцій регіональної влади стає регулювання економічного розвитку регіону [196].

В процесі практичної реалізації даної парадигми, децентралізація обумовлює концентрацію в регіонах не лише додаткових функцій і повноважень, але й «критичної маси» фінансових ресурсів, достатніх для забезпечення високого рівня автономності регіональної економічної системи.

У парадигмі «регіон як квазікорпорація» регіонально-просторові утворення розглядаються як «великі суб’єкти власності (регіональної і муніципальної) та економічної діяльності» [203, с. 41]. У даному контексті

регіони виступають у якості суб'єктів конкурентної боротьби на товарних ринках, ринках послуг, праці, технологій і капіталу.

Дослідницький підхід до регіону як до ринку, обмеженого певним ареалом, полягає у вивченні умов функціонування регіональних економічних систем, формуванні підприємницького клімату, тенденціях і особливостях розвитку регіональних ринків товарів і послуг, капіталу, праці, інформації, знань і технологій [204]. Досліджують регіони не лише з урахуванням концентрації виробництва, але й з урахуванням збуту продукції, кон'юнктурних умов, рівня та типу сформованого ринкового середовища, кваліфікації робочої сили.

В теоріях регіональної економіки регіон часто розглядається як ринок з окресленими територіально межами функціонування. В роботах науковців-сучасників багато уваги приділяється аналізу регіональних ринків як нових форм територіальної організації продуктивних сил з характерними для кожного особливостями взаємин між суб'єктами ринку, формування інфраструктури та загальних умов економічної діяльності [204].

Загалом можна виділити шість великих груп теорій:

1. Збалансування економічного розвитку регіонів –теорії цієї групи базовані на моделі індустріального місцезнаходження Вебера і теорії індустріального простору (моделювання розташування виробничих потужностей) [34, с. 22; 296, с. 94].
2. Стимулювання інноваційного розвитку регіонів – що передбачають те, що інноваційна діяльність підвищує продуктивність праці і сприяє виробництву і збуту продукції, що збільшує попит та зайнятість висококваліфікованих кадрів у регіоні.
3. Теорії забезпечення функціонально-просторового розвитку, що базовані на розробках М. Портера. Цей підхід пов'язує глобальні, національні умови розвитку і з локальними умовами економічного розвитку регіонів, що роблять підприємства конкурентними на

світовому ринку [298]. Прибічники такого підходу стверджують, що регіональний розвиток це – результат протікання різних процесів і узгоджених дій, при цьому вирішальне значення мають: 1) загальні макроекономічні фактори розвитку територій; 2) політичні чинники; 3) економічні чинники; 5) чинники місцевого розвитку; 6) приватні ініціативи і виробничі проекти. Два останні чинники розглядають як чинники, що формують регіональне середовище для підприємств і вважають їх соціальним капіталом, а відтак – пріоритетним напрямами державного фінансування соціально-економічного розвитку.

4. Державне регулювання економічного розвитку, або теорії державного управління.
5. Теорії регіональної спеціалізації.
6. Теорії згладжування циклічності економічного розвитку регіонів , що базовані на циклічності виробництва і продажу продукції і стверджують необхідність розподілу виробництва від центральних, розвинених регіонів до периферії через старіння певних продуктів [73].

Розглянуті парадигми регіонального розвитку опираються на вивчення проблематики оптимізації співвідношення ринкового саморозвитку та державного регулювання і лише потім забезпечення соціальної спрямованості регіональної економічної політики.

О. Гранбергом [58] було висунуто четверту парадигму регіонального розвитку, відповідно до якої наголос у дослідженні зроблено на розвитку неринкової сфери, виробництва і використання громадських благ і послуг. Це підхід до трактування регіону як соціуму, де «відтворення соціального життя та розвиток системи розселення» [203, с. 42] є першочерговим завданням регіонального соціально-економічного розвитку. Увага концентрується на забезпеченні належного рівня життя населення регіону, якості освіти, охороні здоров’я, охороні довкілля, рішенні демографічних і екологічних проблем, а

дослідження як такі проводяться в розрізі соціальних груп з їх особливими функціями і інтересами [204].

Такий підхід розширює об’єкт наукового пошуку, характеризується їхньою більшою глибиною охоплення порівняно з поширенішим економічним підходом, оскільки охоплює екологічні, демографічні, освітні, медичні, соціально-психологічні аспекти розвитку суспільства у тому або іншому регіоні. Результатом концентрації продуктивних сил та їхнього розвитку, а також розвитку соціальних та виробничих відносин відповідно до вказаної парадигми є формування соціополісів, націлених на вирішення означених завдань розвитку регіону [58].

Відповідно для реалізації на практиці положень четвертої парадигми регіонального розвитку треба враховувати те, що у забезпеченні економічного розвитку кожного регіону важливою є саме соціально-гуманітарна сфера, що включає в себе: соціальні послуги, соціально-трудові відносини, доходи населення, зайнятість, охорону праці, освіту, захист вразливих верств населення, соціальне обслуговування населення тощо.

Загалом багато з викладених парадигм знайшли своє відображення у концепціях регіонального розвитку, що мають відповідно, таку ж назву як і парадагми (табл. 1.1)

Таблиця 1.1.

Найпоширеніші концепції регіонального розвитку

Коцепція	Автори	Риси
Полюсів зростання	Ф. Перру, В. Алонсо	орієнтує регіони на активний саморозвиток за допомогою стимулювання і ущільнення міжгалузевих зв’язків на основі інфраструктурних проектів. У цьому випадку виділення в регіонах полюсів зростання і

		проімпульсивних галузей сприяє створенню поштовху для розвитку економічних процесів;
Промислових районів	Е. Маршалліан	соціально-економічний розвиток регіонів залежить від стану виробничої системи та від ступеню новизни використовуваних виробничих технологій і відповідних їм знань
Світосистемно-економічна просторово-часова концепція розвитку глобального капіталізму	І. Валлерстайн, Ф. Бродель	політичні і економічні імперії з мегаполісом в центрі протягом останніх 500 років накопичили досвід інтенсивної експлуатації своїх периферійних регіонів колоній і усвідомили їх негативні наслідки. Периферійні регіони-колонії або виснажувалися мегаполісом і ставали депресивними, або набували політичної і економічної незалежності.
Світосистемно-геополітичних змін просторової влади держав	Р. Коллінз, Дж. Модальськи, Т. Скочпол, Дж. Абу-Луход і ін.	
Регіониквазікорпорації	П. Айкан, С. Буасье, Ф. Кук, С. Кветковський, А. Кзілінський.	орієнтована на зменшення територіальних відмінностей відповідно до теорії Дж. М. Кейнса про побудову держави загального добробуту і надає регіону

		економічну суб'єктність, подібно до транснаціональної корпорації
Еволюційна економічна концепція	Р. Нельсон, С. Уїнтер, В.Л. Макаров, В.І. Маєвський, В.В. Полків і ін.	постулює граничну жорсткість конфліктів глобальної ринкової конкуренції з приводу ресурсів і ринків збуту що призводить до економічної еволюції відповідно до концепції Й. Шумпетера про непримиренну боротьбу технолого-організованих новаторів і консерваторів
Глобальних містрегіонів	Дж. Фрідман, Р. Вольф, С. Сассен, А. Дж. Скотт, П. Кругман.	обгрунтовує значення для економічного розвитку світових мегаполісів-регіонів, глобальних міст

Джерело: склав автор

Вже майже 10 років поспіль високорозвинені країни основою державної політики вважають максимальну соціальну орієнтацію економічного розвитку. Тобто головною метою економічного розвитку в цих країнах є досягнення максимальної економічної ефективності виробництва і високої соціальної результативності господарської діяльності. Держава забезпечує стандарти добробуту, а стратегія сталого розвитку таких країн спрямована на досягнення науково обґрунтованих параметрів якості життя людей незалежно від регіону проживання; на забезпечення рівних можливостей в отриманні освіти; на розвиток соціально-культурних центрів, які мають багатофункціональний характер тощо. Світова практика свідчить, що стратегія соціально-гуманітарного розвитку досягає бажаних результатів лише тоді, коли спирається на інноваційний розвиток, на економіку знань, в

якій провідне місце відводиться високим технологіям, широкому застосуванню інноваційних продуктів і послуг.

Дослідженню теоретичних основ забезпечення інноваційного лідерства регіонів у довгостроковій перспективі присвячено праці зарубіжних економістів Ф. Перру та Ж. Будвіля. Д. Мейя. Дж. Бекаггіні. Соціологічні аспекти територіального розвитку висвітлено в роботах Р. Флориди та А. Венебла: сутність і механізм функціонування регіональних інноваційних систем проаналізовано скандинавськими економістами Б. Ашеймом та А. Ісаксеном. Окремі аспекти забезпечення інноваційної спроможності національних регіонів розкрито в працях А. Поручника [195]. Л. Антонюк [6]. В. Чужикова [300]. С. Соколенка [223] та інш. І тому важливо знати, за рахунок саме яких факторів досягається це економічне зростання, який внесок кожного з цих факторів у економічний розвиток регіону. Але поряд з цим виникає потреба у виокремленні сукупності факторів впливу на формування, розвиток і удосконалення соціально-гуманітарної сфери регіону в умовах глобального поширення знань і ефективного використання у конкретних регіонах для забезпечення стійкого й сталого соціально-економічного розвитку, підвищення конкурентоспроможності та формування конкурентних переваг регіонального лідерства.

Дослідження [1-8, 26, 27, 72] підтверджують, що досягнення регіонами цілей сталого розвитку та лідерства повинно базуватись саме на використанні людського капіталу та креативного потенціалу власного населення й збалансованій політиці залучення та створення привабливих умов для висококваліфікованих іноземних фахівців і саме тому особливої популярності в розвинених країнах набуває така модель регіонального розвитку, яка передбачає розробку стратегій соціально-економічного розвитку регіонів на основі інтенсивного використання інтелектуальних і соціально-комунікативних здібностей саме місцевого населення.

В існуючих парадигмах регіонального розвитку відзначено підвищення ролі гуманітарних цінностей і соціальних чинників економічного розвитку

регіонів, враховуючи принципи сталого регіонального розвитку даний факт обумовлює необхідність концентрації досліджень на розвитку гуманітарної і соціальної сфер у тісному їх взаємозв'язку з економічним розвитком.

Дослідження розвитку регіональних суспільно-економічних систем є можливим й із застосуванням інших спеціалізованих підходів. Регіон може досліджуватися в якості суб'єкта інтернаціоналізації та глобалізації, у рамках інтегральної парадигми регіонального розвитку, відповідно до якої, на думку В. Чужикова, регіони розглядають як «складні об'єднані ієрархічні комплекси різного таксономічного рівня» [300, с. 93].

На думку А. Скоч нова парадигма регіонального розвитку полягає в сприйнятті регіону як «складової частини більш крупного макрорегіону» [218]. В Україні таким є територіально-просторове утворення макрорегіонального рівня економічний район, які виділяють відповідно до тих чи інших підходів щодо економічного районування.

На думку О. Белякової побудова нової парадигми регіонального розвитку має відбуватися на основі аналізу концептуальних теоретичних положень та основних принципів регіонального розвитку, відповідно до яких регіон слід розглядати як [19] «…двоїсту систему у такій практичній площині :

частина світового економічного простору з відповідною ресурсною базою для розвитку та наявністю певної свободи дії в частині включення регіону у світову економіку;

самодостатня одиниця суб'єкт народногосподарського комплексу країни з відповідними обов'язками та правами щодо здійснення регіонального розвитку, зокрема «досягнення найкращої структури валового регіонального продукту».

Факторами економічного розвитку регіону є виробничі ресурси, які створюють у певному співвідношенні органічну єдність. До класичних факторів праця, земля й капітал додано підприємницькі здібності та результати науково-технологічного прогресу. Підприємницькі здібності як фактор економічного зростання виділив Й. Шумпетер, а до основних факторів,

шо впливають на економічне зростання, відносять політичні, економічні, правові, соціальні, екологічні, природно-геополітичні фактори [62, 201].

Л. Петкова [188] об'єднує фактори попиту й пропозиції за потенціалами зростання: природно-ресурсним, людським, уречевленим, фінансовим, науково-технічним і пропонує систему конкретних показників оцінки. В своєму дослідженні З. Герасимчук і В. Ткачук [47] висвітлюють класифікаційні ознаки щодо факторів розвитку, а саме: за середовищем виникнення щодо регіону, за способом впливу, за рівнем впливу, за напрямком, за можливістю зміни чи впливу та за періодом дії.

Інші вчені [35, 195, 223, 228] виокремлюють фактори, шо перешкоджають інноваційній активності і стосуються соціально-гуманітарної сфери регіону.

Не зважаючи на те, шо питанням економічного зростання приділялося багато уваги вчених, але не були виокремленні саме фактори зростання економіки регіону в умовах переходу до економіки знань і посилення соціально-гуманітарного розвитку підприємництва.

Широко відомо, що регіональний розвиток треба розглядати з позиції концепції сталого розвитку, основні положення якої було задекларовано у рамках проведення конференції ООН, де були встановленні Цілі десятиліття. Відповідно парадигми регіонального розвитку треба розробляти, враховуючи закономірності сталого розвитку продуктивних сил та виробничих відносин регіонів, зазначають науковці [48, 207, 208, 212], які вони розглядають через призму: економічної цілісності, соціальної спрямованості та екологічної безпеки, що є вкрай важливим.

Зміна пріоритетів та їхнього порядку в загальній шкалі завдань соціально-економічного розвитку приводить до перебудови всієї сукупності взаємозв'язків та взаємовідносин у системі «суспільство-природа» при переході до нової моделі регіонального розвитку на основі положень концепції сталості задля досягнення таких цілей [48, с. 77]:

- економічне зростання,

- охорона довкілля,
- соціальна справедливість,
- раціональне використання природних ресурсів,
- стабілізація чисельності населення,
- збереження інтелектуального капіталу,
- активна міжнародна співпраця.

Основним завданням сталого розвитку є забезпечення турботливого ставлення до людини, її права на здорове і плідне життя у гармонії з природою. На масштаби і темпи модернізації соціально-гуманітарної сфери істотний вплив має освіта, що є основою сталого соціально-економічного розвитку будь-якої країни. Стратегічною метою розвитку освіти є створення ефективної системи задоволення потреб особистості, суспільства, держави з урахуванням зміни соціально-гуманітарної, економічної та демографічної ситуацій. Освіта забезпечує підготовку кадрів нової формації, здатних працювати в інноваційних галузях, і є, по суті, системою виробництва, зберіганні передавання знань [106, 52, 202]. Процес трансферу знань сприяє й соціалізації особистості (засвоєння зразків поведінки, психологічних установок, соціальних норм і цінностей, які дають змогу успішно функціонувати в суспільстві).

Регіональні відмінності: ресурсної та інфраструктурної забезпеченості, рівня економічного розвитку і якості життя населення властиві практично усім країнам незалежно. У зв’язку з цим, цілі, завдання форми і методи реалізації конкретної парадигми регіонального розвитку не можуть співпадати і різняться, але цілі у всіх країн у сфері розвитку регіонів є однаковими:

- забезпечення економічних, соціальних, правових і організаційних основ регіонального розвитку;
- вирівнювання умов соціально-економічного розвитку регіонів;
- забезпечення рівного доступу до соціальних послуг населенню усіх регіонів;

- ощадне і раціональне використання природних та інших ресурсних особливостей регіонів;
- збереження довкілля, моніторинг регіонального природокористування, екологічний захист регіонів і т.п.

На основі дослідження та аналізу джерел внутрішніх і зовнішніх факторів [14, 20, 45-47] було визначено наступний комплекс ключових факторів розвитку економіки знань в регіонах: 1) зрілість інститутів та якість управління регіоном; 2) ринкові умови; 3) політична ситуація; 4) розвиненість інфраструктури; 5) наявність економічно активного населення та розвиток підприємництва; 6) креативний потенціал населення регіону; 7) доступ до якісної освіти; 8) наявність регіональної системи трансферу знань.

Парадигми регіонального розвитку більшості країн світу, передбачають залучення в економічне відтворення багатьох ресурсів, пом'якшення протиріч між містом і селом, регулювання процесу урбанізації, міграції і забезпечення соціальної рівності, доступу до базових соціальних послуг.

Вищевикладене дослідження регіональних підходів до забезпечення регіонального розвитку дає змогу зробити висновок про те, що в сучасних умовах існуючі парадигми регіонального розвитку мають бути удосконалені з урахуванням реалій становлення нових економічних систем, що базовані на людському капіталі та знаннях і на введенні в аналіз процесів регіонального розвитку невід'ємної компоненти соціально-гуманітарного простору регіону.

Розвиток соціально-гуманітарного простору передбачає стійкий розвиток підприємств і організацій соціальної інфраструктури на умовах рівних прав та паритетних відносин. Зокрема, у сфері освіти реалізація парадигми регіонального розвитку з урахуванням розвитку соціально-гуманітарного простору має враховувати принцип неперервної модернізації освіти, її гуманізм і демократизацію на основі взаємодії державних і громадських інститутів освітньої політики, професійних, творчих спілок і асоціацій, їх спрямованості на розвиток освіти з урахуванням регіональної специфіки і наявного потенціалу регіону [106, 301].

Використовуючи дієві механізми регулювання розвитку соціально-гуманітарного простору і управління відносинами між суб'єктами соціально-гуманітарних відносин на регіональному рівні можливим є здійснення цілеспрямованого впливу через соціально-гуманітарні процеси на розвиток і розміщення продуктивних сил. Це, у свою чергу дасть змогу забезпечити, зміни у: структурі виробництва регіону, в еколого-економічних відносинах в межах регіону, в оптимізації територіального обміну і в міжрегіональному та міжнародному співробітництві регіонів, в процесах демографічного відтворення та у забезпеченні продуктивної зайнятості населення, у створенні ефективної територіальної спеціалізації та забезпеченні комплексного розвитку регіонів.

Важливою також є роль соціально-гуманітарних процесів у подоланні регіональної дезінтеграції та регіональної диференціації соціально-економічного розвитку, подоланні тіньової економіки та поліпшенні криміногенної ситуації, підвищенні конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках сфери товарного виробництва. Соціально-гуманітарний простір відіграє також провідну роль у збалансуванні розвитку реального сектору регіональної економіки та сфери послуг [202].

Під інституційним забезпеченням соціально-гуманітарного розвитку регіонів держави розуміють сукупність суспільних організацій, способів управління господарською діяльністю, традицій, ідей, кодексів та стереотипів економічної поведінки населення [192, с. 96-98]), що зумовлюють ефективність розвитку, а також способи функціонування і взаємодії цих інститутів.

Основою успішного соціально-гуманітарного розвитку регіонів є інститути фінансового забезпечення регіонального розвитку, насамперед місцеві бюджети. Іншою складовою є також соціальні інститути способи існування суспільства, що формують свою систему суспільних відносин [192, с. 200], які впливають і безпосередньо на функціонування соціально-

гуманітарної сфери на регіональному рівні, формуючи в такий спосіб економічні передумови й чинники соціально-гуманітарного розвитку.

До інститутів фінансового забезпечення соціально-гуманітарного розвитку регіонів, крім місцевих бюджетів, належать позабюджетні, спеціальні, резервні, стабілізаційні, а також міжнародні фонди. Але головною передумовою соціально-гуманітарного розвитку в регіонах, є фінансова незалежність органів місцевого самоврядування. Фінансовий аспект незалежності місцевих органів влади є визначальним, адже від фінансових можливостей залежать, у кінцевому підсумку, реальні владні функції, і левову долю такої незалежності мають забезпечувати саме місцеві бюджети.

Система соціальних інститутів є найрозгалуженішою ланкою в забезпеченні соціально-гуманітарного розвитку регіонів і базується на оптимальному поєднанні лібералізму й державних соціальних гарантій. У суспільному розвитку можна виокремити два підходи до формування соціальних інститутів: ліберальний і соціалдемократичний [39].

Ліберальний варіант передбачає зменшення втручання держави у вирішення індивідуальних проблем громадян, пріоритетом є свобода особистості у виборі принципів свого життя.

Загалом ліберальний шлях припускає відмову від пріоритету державних структур в організації сфери безкоштовного обслуговування; орієнтацію на створення господарсько-економічних умов, здатних гарантувати повною мірою самостійність особистості в соціально-культурній діяльності; збільшення ризику розбалансованості поточних і перспективних потреб населення і реально сформованої ринкової структури їх задоволення [57, 71].

Ідеологія соціал-демократії орієнтована на реформістський шлях суспільних перетворень, для якого характерно: чітке визначення рівня (стандарту) державної підтримки різних груп населення; створення стійких позабюджетних джерел фінансування цієї сфери (через механізми страхування, податкові пільги, доброчинні фонди та ін.); визнання соціально

пріоритетною діяльність державних і регіональних органів у найрозвиненіших галузях сфери безкоштовного обслуговування (масова освіта, охорона здоров'я, культура); закріплення цієї діяльності в законодавчих актах, а також в організаційній структурі органів управління, при цьому в державному секторі залишаються сильні галузеві (вертикального підпорядкування) структури з контрольно-розпорядницькими функціями; значна залежність реального рівня соціальних гарантій від ефективності розвитку інших сфер і секторів господарювання, вагома роль підприємств, трудових колективів і профспілок у вирішенні проблем соціальної сфери на місцях.

На регіональному рівні соціальні інститути пов'язані з політико-правовими інститутами та інституціями державного управління, є регіональна соціальна політика. Її мета збалансований регіональний розвиток, що гарантує рівні якість і умови життя для населення незалежно від регіону, у якому люди живуть і працюють [57, с. 117].

Основні напрями соціальної регіональної політики такі:

вирівнювання міжрегіональних відмінностей у доходах населення, зайнятості, соціальній інфраструктурі, транспортній мережі, комунікаціях, стані навколишнього середовища і т. п.;

забезпечення на всій території країни державних стандартів і гарантій, диференційованих з урахуванням об'єктивних особливостей регіонів;

надання регіональним органам влади й управління реальних можливостей із забезпечення мінімальних державних стандартів;

вирівнювання можливостей для здійснення соціальних реформ у регіонах з різними стартовими умовами [57, с. 117; 504].

Інституційна структура соціальної політики складається з таких компонентів:

система соціального забезпечення, що базується на принципах безкоштовного надання соціальних благ і загальної їх доступності для всіх громадян;

системи соціального страхування, що базується на принципах обов'язковості сплати страхових внесків та еквівалентного взаємозв'язку страхових платежів з одержуваними соціальними благами;

системи соціального захисту, соціального обслуговування турбота держави про соціально вразливих членів суспільства і соціальна доброчинність.

Функціонально регіональні органи влади вирішують у сфері соціальної політики чимало питань самостійно. Враховуючи місцеві умови й можливості, вони розробляють і реалізують регіональні соціальні програми, шукають можливості підвищити мінімальні гарантії, установлені на національному рівні; забезпечують функціонування установ соціальної інфраструктури, що підпорядковані місцевим органам влади [39]. Регіональні органи розробляють нормативні акти, які регламентують організацію й надання адресної соціальної допомоги населенню регіонів. Визначають і реалізують порядок забезпечення мало захищених верств населення товарами, продуктами й послугами, створюють у межах чинного законодавства необхідні умови для діяльності благодійних організацій і суспільних фондів.

Уже сьогодні з'являється чимало нових концепцій і підходів, зокрема в соціально-гуманітарних дослідженнях, у яких ґрунтовно проаналізовано особливості формування етнокультурних інститутів. Ці інститути визначають способи взаємодії людини з реальністю (зовнішньою і внутрішньою), тобто, фактично, створюють правила гри в найважливіших сферах людської діяльності, а саме в економіці та політиці, науці і філософії, мистецтві й релігії. Це головні сфери культурної діяльності людини, у яких найбільш сформовано її онтологічні складові, а саме:

–людська вітальність;

–сукупність інтелектуальних процесів;

–сукупність психічних процесів і станів;

–креативних процесів і станів.

Тому в парадигмах регіонального розвитку має бути врахована роль культурних інститутів, гуманізація та гуманітаризація освіти, підготовка нової генерації фахівців, здатних виробити сучасні парадигми гуманітарного знання, нові нетривіальні підходи до вирішення економічних і соціальних проблем.

Головні політико-правові інститути соціально-гуманітарного розвитку регіонів це, безперечно, органи державного управління регіонального рівня та сукупність законів і правових норм, що регулюють функціонування соціально-гуманітарної сфери конкретного регіону.

Місцеві органи влади будь-якого рівня виконують дві основні функції: надання послуг жителям і підприємствам і управління соціальноекономічним розвитком підвідомчої території. Управління має бути націлене на стимулювання розвитку економіки регіону, створення нових робочих місць, збільшення податкової бази, розширення можливості для певних видів економічної активності, у т. ч. з використанням інструментів бюджетного стимулювання підприємництва та соціальної підтримки [256].

Функція управління регіональним розвитком стає особливо важливою в перехідний період, коли до традиційних питань економічного розвитку на місцевому рівні долучаються питання аспекти соціально-економічних процесів формування й розвитку ринкової інфраструктури, подолання кризових явищ у соціально-гуманітарній сфері, активізації розвитку підприємництва.

Соціальний і гуманітарний розвиток залежить від ресурсних можливостей, що, зі свого боку, пов’язані зі ступенем економічного розвитку. Залежно від стану соціально-економічного розвитку регіонів, історико-політичних традицій, уваги до регіонального розвитку з боку наддержавних утворень, до складу яких входить країна, формуються спеціальні організаційні структури, у сфері діяльності яких управління розвитком регіонів, територіальний благоустрій і проблеми, пов’язані з регулюванням розподілу матеріально-фінансових ресурсів між регіонами. У багатьох країнах

сформовано відповідні структури в центральному уряді, які безпосередньо опікуються проблемами регіонального розвитку [71].

Подальші дослідження проблематики забезпечення регіонального розвитку, у тому числі й у соціально-гуманітарній сфері, повинні бути базовані на вивченні виробничо-господарської діяльності людини, на основі загальних закономірностей еволюції суспільства і економічних систем. Доцільним у теоретико-прикладному аспекті є дослідження теорій регіонального розвитку, що враховують економічну, соціальну і гуманітарну складові якості життя населення регіонів.

З урахуванням положень сучасних теорій розміщення та розвитку регіональної економіки та особливостей переходу до моделі розвитку на основі інвестицій в інтелектуальний, гуманітарний та соціальний розвиток територій та стимулювання соціальних інновацій постає проблема створення засад нової парадигми розвитку регіонів в умовах становлення економіки знань та появи нових видів виробництва, зокрема інтелектуального на основі появи креативного суспільства.

Дослідження основних законів та закономірностей, принципів та факторів регіонального розвитку, а також його теоретико-методологічної основи дозволяє виділити ряд пріоритетів, необхідних для врахування при побудові власної парадигми регіонального розвитку інвестиції, інновації, інтелект, знання та креативність, що слугують базисом для формування нової моделі регіонів, а саме «регіонів новітніх центрів».

Виходячи із зазначеного, фактор НТП та фактор інформаційних технологій на ряду зі стрімким розвитком інформатизації та комп’ютеризації виходять на перший план при формуванні нової парадигми регіонального розвитку та нової моделі регіонів. Все це надає підстави для ствердження про формування нової закономірності розміщення продуктивних сил та регіонального розвитку «закономірності локалізації економічної діяльності та використання будь-яких можливостей локалізації бізнесу як способу захисту

від зростаючих ризиків зовнішнього середовища» стверджує автор роботи [204].

Розвиток регіонів як соціально-економічних систем потребує розробки певного інституціонального підґрунтя територіального управління, яке базується на властивості їхньої цілісності [118, с. 83-84], характерними ознаками якої є самовідтворення, самоуправління та самоорганізація.

На основі проведеного дослідження теоретико-методологічних основ формування новітньої парадигми соціально-економічного розвитку регіонів ми пропонуємо концептуальну модель формування новітньої парадигми регіонального розвитку на основі «регіонів новітніх центрів» рис.1.2.

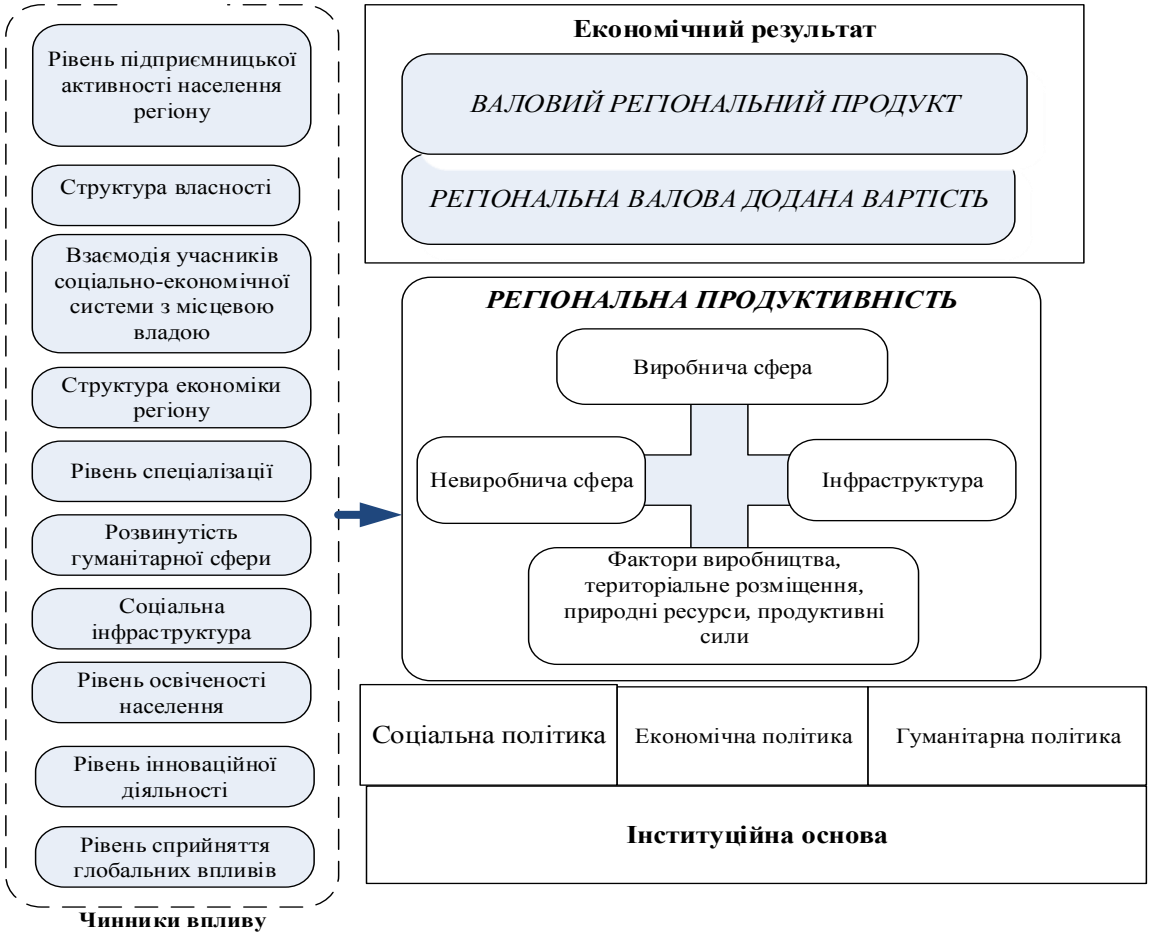


Рис. 1.3. Концептуальна модель формування новітньої парадигми регіонального розвитку на основі регіонів новітніх центрів соціально-гуманітарного розвитку.

Джерело: склав автор

Трансформація продуктивних сил регіону у промислових регіонах в умовах інтелектуалізації економіки сприяє посиленню інноваційних процесів у регіоні, у той час як соціополіси зорієнтовані на трансформацію продуктивних сил регіонів на основі розвитку гуманітарної сфери та соціалізації регіонального управління. Результатом синергетичної взаємодії таких регіонів в умовах економіки знань і становлення креативних індустрій може стати поява новітніх регіонів-центрів регіонального розвитку, які виступають в якості генераторів нових ідей та конкурентних переваг на сучасній стадії розвитку глобального суспільства та економіки знань. Саме знання і людина як їх носій нині є головним фактором виробництва, стратегічним ресурсом регіонального розвитку, а взаємовідносини, що складаються на основі розвитку соціально-гуманітарної сфери і економіки регіону особливістю нової регіональної соціально орієнтованої економіки.

1.2. Генеза та зміст поняття соціально-гуманітарного розвитку.

Загально філософське розуміння поняття «розвиток», виникло вже в 18 столітті, разом з розквітом природничих наук на початку 19 століття завдяки роботам Г. Спенсера, Ч. Дарвіна, Е. Геккеля [293, с. 382].

В німецькій філософії розуміння розвитку, як принципу внесли Г. Лейбніц [294, с. 8–9], І. Кант, І. Г. Фіхте, В. Ф. Шеллінг, Г. В. Ф. Гегель, Л. Феєрбах. За їх трактуванням розвиток означав світовий процес як creatio continua [294, с. 382]. Поняття розвитку стало основою розробленої Г. В. Ф. Гегелем діалектики як учення про загальний розвиток духу [293, с. 9].

В марксизмі розвиток розуміється як універсальна властивість матерії, як справді загальний принцип, що є основою пояснення історії суспільства і пізнання. Розвиток це саморозгортання і саморозвиток матеріального в

ідеальне, неживого в живе, матерії в свідомість, природного в соціальне і т. д. [137, с. 703].

Основою для розуміння поняття соціального та економічного розвитку, розвитку має бути загальнонаукове, філософське трактування поняття, що визначає три обов'язкові умови розвитку: незворотність, спрямованість і закономірність [137 с. 147].

Зокрема, зміст і структуру поняття "розвиток" досить повно розкрив визначний російський філософ XIX ст. В. Соловйов [224, 479 с.], визначивши елементи і характеристики цього поняття:

• розвиток має суб'єкт розвитку;

• суб'єктом розвитку не є проста субстанція, оскільки безумовна простота виключає можливість будь-яких змін, а, отже і розвитку;

• не підпадають під поняття розвитку механічні агрегаит елементів або частин;

• розвиватися можуть лише організми (системи), що складаються з множини внутрішньо пов'язаних між собою елементів;

• не всякі змінив організмі/системі є розвитком;

• зміст розвитку становлять лише такі зміни, які походять з самого суб'єкта розвитку, із нього випливають і тільки для свого повного виявлення, повної реалізації потребують зовнішнього впливу;

• розвитком є такий ряд іманентних змін органічного суб'єкта, який йде від певного початку і прямує до певної визначеної цілі;

• необхідні складові будь якого розвитку: 1. певний первинний стан, від якого розвиток розпочинається; 2. мета розвитку; 3. ряд проміжних, перехідних станів якби їх не було, то не було б і розвитку;

• усі складові елементи розвитку притаманні вже первинному станові організму, але в такому стані ці елементи є досить невиразними, недиференційованими, в той час як у розвиненому організмі кожен елемент має своє цілком визначене місце і призначення.

Поняття «соціальний/не» в класичній соціології акцентується на ефекті спільного, який виникає в процесі свідомої взаємодії індивідів і може використовуватися, як відповідник терміну «суспільний». Поняття «соціальний/не» стосується усіх чотирьох основних підсистем суспільства як системи, а також процесів, які в ньому відбуваються.

Отже досліджуване поняття відображає сукупність характеристик взаємодіючих індивідів як членів різних груп, що формуються, а також розподіляються і перерозподіляються між ними завдяки статусній динаміці й зміні характеру пов'язаних з цією динамікою взаємодій та відносин [391]. Іншими словами, це поняття включає ті аспекти суспільного, які визначаються становищем людей у соціальній структурі суспільства, відносинами між соціальними групами та між людьми як представниками різних класів, націй, трудових колективів, професійно-кваліфікаційних та інших соціальних груп.

У широкому розумінні соціальний розвиток такий тип змін у суспільстві, що характеризується переходом множини суспільних відносин до якісно нового стану і відображає сукупність економічних, соціальних, політичних і духовних процесів метою яких є якісні перетворення в суспільстві.

Таким чином, соціальний розвиток визначає соціальні зміни у всіх підсистемах суспільства як системи і є наслідком взаємодії сукупності соціальних процесів, основою яких є цілеспрямована діяльність людини. Оскільки, завдяки різним видам цієї діяльності (духовної, економічної, соціальної, політичної) з'являються нові потреби та інтереси, то і виникає потреба пошуку можливостей їх задоволення і, таким чином, формується механізм соціального розвитку і як наслідок суспільної діяльності людей [227]. Відповідно, справедливим є твердження про те, що соціальний розвиток базується на соціальних, трудових та економічних відносинах.

У такому розумінні соціальні відносини це система соціальних зав'язків між людьми, в які вони вступають у процесі соціально-економічної, соціальної, політичної, духовної взаємодії [227, 228]. Соціальні відносини

базовані на обміні цінностями людьми щодо реалізації їх соціальних цінностей і сподівань. Окрім того, багато вчених вважають [9, 11, 22], що соціальні відносини виникають із взаємовідносин, спрямованих на формування цінностей, що є необхідною умовою для різних соціальних взаємодій. Зміст соціальних відносин залежить від того, як поєднується у взаємодіях людей потреба в цінностях та володіння ними.

В свою чергу, соціальні цінності, процес їх задоволення людьми є регулятором соціальних відносин, і в цьому аспекті вони є цінностями-регуляторами, цінностями-нормами і основою відносин влади у суспільстві на будь-якому рівні.

У соціології виділяють два основних підходи до визначення сутності владних відносин. Сутність першого обгрунтував М. Вебер [34], який визначає зміст влади, як будь-яку закріплену соціальними відносинами можливість наполягати на своєму навіть за наявності опору, незалежно від того, в чому проявляється опір. Таким чином, влада це частина міжособистісних, чи між групових відносин, за допомогою яких долається опір інших індивідів чи соціальних груп.

Інший підхід на сутність владних відносин, авторами якого є М. Крозьє та Т. Парсонс, називають системним [35]. Ці вчені довели, що основою влади в людському суспільстві є статус індивіда чи соціальної групи, який узаконений відповідно до колективних вимог, очікувань або з певною чисельністю ролей в людській організації.

Соціальні відносини залежності та влади безпосередньо впливають на реалізацію людьми свого соціального потенціалу та економічної активності. Зазначені соціальні відносини залежності та влади проявляються значною мірою в системі соціально-трудових відносин, зокрема відносин з приводу суспільного розподілу результатів праці, тобто соціальних благ, у процесі соціальної стратифікації [53].

Є багато інших аспектів впливу соціальних відносин залежності та влади на соціальну сферу життя суспільства, задоволення людиною своїх соціальних

цінностей, самореалізації свого соціального потенціалу та реалізації людьми соціальних статусів. Соціальний статус це соціальне становище, яке займає індивід у суспільстві як представник соціальної групи.

До основних видів соціальних статусів відносять [34]: соціальний і особистий, приписуваний, вроджений, досягнутий.

Таким чином, соціальні відносини це здебільшого статусна взаємодія індивідів і груп індивідів.

Коли йдеться про статус або позицію людей і спільнот у суспільстві, соціологи акцентують увагу на його трьох важливих характеристиках [35]:

1) статус уособлює обсяг політичних та юридичних прав, обов'язків і можливостей, зафіксований, як правило, законодавчо, а в ряді випадків і в неписаних нормах і традиціях;
2) статус відображається у таких соціальних вимірах, як рівень доходу, рівень освіти, стать, етнічне походження, місце у структурі влади;
3) за традицією, започаткованою знаним німецьким соціологом М.Вебером, статус визначається також як оцінка ззовні, тобто з боку інших (престиж). Звідси випливає, що одним з важливих, апробованих довготривалою практикою механізмів соціального розвитку є розподіл індивідів та груп індивідів у суспільстві за статусами або позиціями.

Статуси та їх ієрархія, що відображають неоднаковий доступ індивідів та груп індивідів до соціальних благ і ресурсів, звичайно ж зумовлюють соціальне розшарування стратифікацію у суспільстві [355]. Водночас система соціальної стратифікації стимулює соціальний розвиток, що досить переконливо довів, зокрема, відомий американський соціолог-функціоналіст Кінгслі Девіс [66], який зазначає, що людство здавна мріяло про суспільство, в якому б не було нерівності. Усі дослідження з соціальної стратифікації базуються на двох класичних теоріях соціальної стратифікації і мобільності табл. 1.2.

Таблиця 1.2.

Класичні теорії соціальної стратифікації

Теорія	Автор	Зміст
Теорія стратифікації Макса Вебера	М. Вебер	Вирішальною умовою (першим критерієм стратифікації), що впливає на долю окремої людини, є не стільки факт класової приналежності, скільки позиція (статус) індивіда на ринку. Другий критерій стратифікації престиж, повага, шана. Статусна повага індивідів, об'єднує їх в групи. Статусні групи відрізняються певним способом та стилем життя, мають певні матеріальні привілеї і намагаються узурпувати владу. Класові і статусні позиції є ресурсами в боротьбі за володіння владою на які спираються політичні партії (третій критерій стратифікації).
Теорія соціальної стратифікації і соціальної мобільності	Пірітрім Сорокін	Стратифікація полягає у нерівномірному розподілі прав і привілеїв, відповідальності й обов'язках, наявності або відсутності соціальних цінностей, влади і впливу серед членів того суспільної групи. Все різноманіття соціальної стратифікації може бути зведене до трьох основних форм економічної, політичної і професійної, які тісно переплетені. Ввзаємозалежність трьох форм соціальної стратифікації далека від повної, тому що різні шари кожної форми не зовсім збігаються один з одним, вірніше, збігаються лише частково. Це явище Сорокін вперше назвав статусною розбіжністю, яка є стимулом до зміни соціального становища і приводить до соціальної мобільності індивіда.

Джерело: склав автор за [34-36, 350]

Важливим для нашого дослідження є те, що розглядаючи професійну стратифікацію, П. Сорокін виділяв міжпрофесійну і внутрішньо професійну

стратифікацію. У міжпрофесійної стратифікації є два універсальних принципи: важливість професійної діяльності для виживання і функціонування соціальної групи в цілому; достатній рівень інтелекту, необхідний для успішного виконання професійних обов'язків.

П. Сорокін робить висновок, що в будь-якому суспільстві більш професійна робота полягає у здійсненні функцій організації і контролю і вимагає більш високого рівня інтелекту для свого виконання і відповідно передбачає привілейованість групи і її вищий ранг, який вона займає в міжпрофесійній ієрархії. Внутрішньо професійну стратифікацію представляє послідовність: підприємці; службовці вищої категорії; наймані робітники.

Для характеристики професійної ієрархії він ввів такі індикатори: висота; ранговість (число рангів в ієрархії); профіль професійної стратифікації (співвідношення числа людей в кожній професійній підгрупі до всіх членів професійної групи).

Соціальна мобільність за П. Сорокіним [4, 458] це будь-який перехід індивіда або соціального об'єкта, тобто всього того, що створено або модифіковано людською діяльністю) з однієї соціальної позиції в іншу (горизонтально або вертикально).

Горизонтальна соціальна мобільність це перехід індивіда з однієї соціальної групи в іншу, розташовану на одному і тому ж рівні. Вертикальна відносини, які виникають при переміщенні індивіда з одного соціального шару в іншій. Таким чином існує ще висхідна і спадна вертикальна мобільність соціальне піднесення і соціальний спуск.

Висхідні течії існують в двох основних формах:

- проникнення індивіда з нижнього класу в більш високий пласт;
- створення нової групи і проникнення всієї групи в більш високий пласт на рівень з вже існуючими групами цього пласта.

Спадні течії також мають дві форми:

- падіння індивіда з більш високої соціальної позиції на більш низьку без руйнування вихідної групи, до якої індивід раніше належав,
- деградація соціальної групи в цілому, зниженні її рангу на тлі інших груп або руйнування се соціальної єдності.

Причинами вертикальної груповий мобільності П. Сорокін називав війни, революції, іноземні завоювання, які сприяють зміні критеріїв стратифікації в суспільстві і змінюють груповий статус. Важливою причиною може бути також зміна значущості того чи іншого виду праці, галузі промисловості.

К. Девіс і У. Мур бачили причину існування системи стратифікації в нерівномірному розподілі благ і суспільного престижу. Головна функціональна причина, яка пояснює універсальне існування стратифікації, пов'язана з тим, що будь-яке суспільство неминуче стикається з проблемою розміщення індивідів і стимулювання їх всередині своєї соціальної структури. Як організм, суспільство повинно якимось чином розподіляти своїх членів з різних соціальних позиціях і спонукати їх виконувати обов'язків, пов'язаних з цими позиціями [66].

Для виконання таких завдань суспільство повинно мати у своєму розпорядженні певні вигоди, які можна використовувати як стимули; розробити способи нерівномірного розподілу винагород в залежності від займаних позицій.

Винагорода і його розподіл стають частиною соціального устрою і в свою чергу породжують (є причиною виникнення) стратифікації.

В якості винагороди суспільство пропонує:

- предмети, що забезпечують засоби існування і комфорт;
- засоби для задоволення різних схильностей і розваги;
- засоби для зміцнення почуття власної гідності і самовираження.

П. Бурдьє, відомий французький вчений, зробив важливий внесок у розвиток теорії стратифікації і мобільності. Він прийшов до висновку про те,

що можливості соціальної мобільності визначаються різними видами ресурсів, або «капіталів», які мають індивіди, економічним капіталом в різних його формах, культурним капіталом, символічним капіталом [66].

У сучасних суспільствах вищі верстви здійснюють відтворення своїх позицій:

- забезпечуючи передачу економічного капіталу;
- наділяючи молоде покоління особливим освітнім капіталом (навчання в спеціальних привілейованих школах і престижних вузах);
- передаючи молодому поколінню культурний капітал, мовну та культурну компетенцію, яка формується за рахунок створення для них якісної культурного середовища (читання книг, відвідування музеїв і театрів, освоєння стилю міжособистісних відносин, поведінкових і мовних манер і т.д.).

Американський соціолог М. Кон [227, с. 34] висунув гіпотезу і довів на основі емпіричних досліджень тісний зв’язок між стратификаційною позицією і цінностями індивіда. Для тих, хто володіє високим соціальним статусом, відчуває себе компетентним членом прихильного до них суспільства, основною цінністю є установки на досягнення.

Навпаки, для більш низьких соціально-стратифікаційних позицій, на яких люди бачать себе менш компетентними членами байдужого або ворожого до них суспільства, характерний конформізм.

Торкаючись питань соціальної мобільності, Кон підкреслював, що люди з активною життєвою позицією мають більший шанс зайняти більш високу соціальну позицію [340]. Стратифікаційна позиція індивіда, з одного боку, впливає на професійну установку на досягнення, а з іншого залежить від ніс.

А це, в свою чергу, забезпечує системність та упорядкованість соціального розвитку, який розглядається функціоналістами як безперервний, еволюційний процес, як правило, позбавлений серйозних потрясінь і катаклізмів. Зрозуміло, соціальна стратифікація тільки тоді може відігравати

роль досить ефективного механізму соціального розвитку на еволюційних засадах, коли вона є легітимною і припустимою.

Якщо ж соціальна нерівність виникає в результаті узурпації невеликою групою людей основних соціальних благ, ресурсів і влади, а решта суспільства виявляється відчуженою від цих благ і влади, це закономірно призводить до виникнення конфліктів [340]. І тоді вже соціальний розвиток відбувається в межах конфліктологічної парадигми.

Отже соціальний розвиток це такий тип змін у системі соціально-групових (соціально-статусних, класових, трудових, сімейно-шлюбних, територіально-поселенських, демографічних) відносин, системи соціальної безпеки суспільства, який відзначається переходом цих відносин на якісно інший, вищий рівень. У контексті нашого аналізу сутності та змісту соціального розвитку розглядатимемо його переважно у вузькому розумінні.

Специфічні особливості еволюційних процесів соціального розвитку детерміновані конкретно-історичним характером суспільства та конкретної території. До найхарактерніших сутнісних рис суспільства належать [294]: якість території проживання людей; цілісність і сталість (єдине ціле); здатність відтворювати динаміку внутрішніх зав’язків; певний рівень розвитку культури, наявність системи норм, єдність загальної системи цінностей; автономність та самодостатність, самовідтворення, саморегулювання. До основних сфер суспільного життя відносять економічну, політичну, соціальну, духовну політику.

Суспільство включає в себе низку системних елементів, що дає можливість трактувати його як соціальну систему основними елементами якої є люди, їх зв’язки та взаємовідносини, соціальні інститути та організації, соціальні групи та спільноти, норми і цінності [296].

Відомі вчені, зокрема соціологи (О. Конт, Г. Спенсер, М. Вебер, К. Маркс), акцентували увагу на динамізмі соціального життя. В соціології динамізм соціальної життєдіяльності позначають поняттям «соціальні зміни» [294]. Соціальні зміни це процес зрушень у суспільному житті, виникнення

нових явищ, структур, характеристик у різних соціальних системах і підсистемах під час їх взаємодії.

Соціальні зміни це тип руху соціальних явищ, процесів, структур у суспільстві, в результаті чого створюється соціальна реальність. Існує два типи змін у межах соціальної динаміки суспільства [148]:

- перший тип включає регулярні або функціонально-побутові дії соціальних суб'єктів, що утримують стан соціальної структури у заданих межах;
- другий тип полягає в трансформації суспільства, що веде до нової якості соціального буття. Соціальний розвиток якраз і є складовою зазначеного (другого) типу соціальних змін.

Соціальні зміни реалізуються в соціальних процесах, як послідовній зміні станів у соціальних системах і підсистемах суспільства, яка проявляється як рух у часі низки соціальних подій чи явищ певної спрямованості.

За характером соціальні процеси мають бути [145]:

- а) еволюційними або революційними;
- б) прогресивними або деструктивними;
- в) процесами розвитку або процесами деградації.

Соціальний розвиток це сукупність об'єктивно існуючих соціальних зав'язків, при цьому соціальні зв'язки розглядаються, як процес функціонування та розвитку соціальних (суспільних) відносин, форма їх вияву.

Система соціальних зав'язків проявляється в соціальних контактах, соціальних діях, соціальних взаємодіях. Соціальні взаємодії це система взаємозумовлених соціальних дій, за яких дії одного суб'єкта (індивіда, групи, спільноти) одночасно є причиною і наслідком відповідних дій інших (засновник теорії соціальних взаємодій американський соціолог Хоманс) [147].

На основі соціальних зв'язків відбувається процес соціологізації людини. Соціологізація це процес освоєння людиною соціального досвіду,

який охоплює все її життя, завдяки якому індивіди реалізують свій людський потенціал і засвоюють культуру та цінності.

Соціальний розвиток відбувається в межах певної соціальної структури суспільства. Вона є своєрідною формою, в межах якої здійснюється соціальний розвиток. Соціальна структура виникає як результат суспільного поділу праці. Соціальна структура суспільства це ієрархічно упорядкована сукупність індивідів, соціальних груп, спільнот, організацій, інститутів, об’єднаних стійкими взаємовідносинами. Поняття "соціальна структура" вживається в широкому і вузькому розумінні [34].

Соціальна структура суспільства характеризується сталими взаємовідносинами елементів у соціальній системі, кожний з яких функціонує на рівні складної підсистеми з певними взаємозв’язками, взаємозалежностями. Основними елементами соціальної структури є люди (індивіди, особистості), які обстоюють певні соціальні позиції (статуси) у системі соціальних відносин, виконуючи при цьому певні соціальні функції (ролі).

Саме на основі статусно-рольових ознак соціальної структури суспільства відбувається об’єднання людей у соціальні спільноти (класи, групи). У цьому зв’язку соціальну структуру суспільства часто визначають як сукупність статусів і ролей, а у вузькому розумінні соціальною структурою є система соціально-групових відносин [430].

У рамках соціальної структури розрізняють три рівні структурної організації: мікро-, мезо і макроструктуру. Важливим елементом соціальної структури є соціальні групи, а соціальна група є своєрідним мостом між людиною та суспільством [427]. Соціальний статус особистості це належність її до певної соціальної групи. Поняття «соціальна група» є родовим щодо понять «клас», «нація», тощо. Соціальна група це відносно стійка, історично сформована сукупність людей, об’єднаних на основі загальних соціально значимих ознак і властивостей. Загалом, виділяють два типи соціальних груп первинні та вторинні. До перших відносять малі соціальні групи, до других середні та великі [148].

Таким чином, людина для успішної реалізації у суспільстві має бути розвиненою особистістю, володіти гуманітарним розвиненим мисленням. Зазначимо, що саме людина-особистість є об’єктом процесів гуманітарного розвитку основною метою якого є розвиток кожної особистості.

У свою чергу, розвиток особистості це якісна зміна її кількісних і якісних властивостей [35]. Розвиток особистості це розвиток її світогляду, самосвідомості, відношення до дійсності, характеру, здібностей, психічних процесів, накопичення досвіду.

Історико-еволюційний підхід до вивчення гуманітарного розвитку розглядає взаємодію між природою, суспільством і особистістю, як основний механізм розвитку особистості. У цій схемі біологічні властивості особистості (наприклад, тип нервової системи, задатки) виступають як безособові передумови розвитку особистості, які в процесі життєвого шляху стають результатом цього розвитку, а ефективне суспільство виступає як умова здійснення діяльності, в ході якої людина долучається до соціуму. Основою і рушійною силою розвитку особистості є спільна діяльність, в якій здійснюється засвоєння особистістю заданих соціальних ролей [147].

Зазначимо, що гуманітаризм нині це [148]:

- ідеологія, що базується на тезі про те, що все, що робиться людьми на землі, має бути підпорядковане інтересам людей, поліпшенню їхнього життя, а не перетворювати їх у засіб розвитку економіки, виробництва, техніки і задоволення амбіцій влади;
- загальнолюдський світогляд, основа моралі, організації і життя цивілізованого суспільства, в фокусі якого завжди знаходиться людина і її життя;
- передумова побудови демократичного і правового суспільства, покликаного стояти на сторожі законних інтересів, справедливості, прав, свобод, гідності людини;

- особлива група моральних і деонтологічних професійних норм, основ мислення і звичок діяльності та поведінки всіх професіоналів, менеджерів, державних службовців, підприємців;
- надзавдання діяльності будь-якого професіонала у галузі місцевого самоврядування.

Гуманітарний розвиток свідомості і мислення починається з вивчення і глибокого осмислення: теорії гуманізму, розуміння людства, суспільства, людей, відповідальності за збереження життя, цінності і сенсу свого життя, необхідності цінувати людське життя, досягати максимальної цивілізованості, самореалізації, відповідальності.

Гуманізація свідомості, мислення, підвищення їх регулюючої ролі в поведінці людей забезпечують глибоке розуміння і використання у своїй діяльності наступних положень [241]:

- глобальної єдності сучасного світу;
- важливості взаєморозуміння між людьми, рівності людей незалежно від раси, нації, статі, релігії;
- безумовної необхідності мирного співіснування, неприпустимість виникнення воєн, забезпечення всіх видів безпеки життєдіяльності людини;
- необхідність дбайливого ставлення до природи, захисту навколишнього середовища та бережливого використання природніх ресурсів.

Гуманізм не може стати дієвим орієнтиром людини в житті, якщо він реально не супроводжує буття соціуму на певній території. З гуманізмом тісно пов’язана проблематика формування сприятливих факторів розвитку особистостей, як елементів певного соціуму у певному регіоні. Адже здійснюючи вплив на фактори розвитку особистості можна «сконструювати» соціум певного типу в регіоні.

Проблема особистості в сучасній науці досить складна, через багатогранність розуміння та прояви особистості, що відображають

різноманіття проявів людини в еволюції природи, історії суспільства та власного життя. Особистість це прояв соціальної сутності людини. В це поняття входить не тільки її роль у суспільстві, але й особливості її психології: спрямованість, мотивація, здібності, характер, темперамент. Особистість існує, проявляється і формується у діяльності та спілкуванні у соціальних відносинах. За рахунок розвитку особистісних якостей людина включається в систему суспільних відносин і творчо освоює соціальний досвід [239].

В процесі розвитку особистості формується її культура, що включає в себе: мотиваційну культуру, інформаційну та операційну. Мотиваційна культура соціальні установки особистості, бажання, інтереси, ціннісні орієнтації, переконання і т. д. [241]. Система знань всіх видів і рівнів (представлення, поняття, вчення, концепції, судження, гіпотези, теорії, закони) представляє інформаційну культуру особистості та є результатом освіти [148]. Система умінь всіх видів та рівнів (навики, привички, прийом, способи, методики, методи) формує операційну культуру особистості та є результатом навчання та виховання [35].

Соціалізація це взаємодія людини з суспільством, в процесі якої відбувається інтеграція особистості в соціальне середовище, пристосування (адаптація) до нього. В той же час це процес самоактуалізації Я-концепцій, самореалізація особистості своїх потенційних і творчих здібностей, що нерідко вимагає подолання впливу середовища для збереження своєї незалежності, індивідуальності, свободи, формування власної позиції [239]. В результаті відбувається взаємний розвиток та збагачення як особистості, так і суспільства.

Важливим в контексті нашого дослідження є те, що соціальні фактори формування особистостей є багаторівневими. Зокрема, узагальнення наукових праць [426] дає змогу виділити наступні рівні соціальних факторів:

- Мезорівневі: етнос, регіональні умови (географічні, природно-кліматичні, економічні, демографічні, культурні), тип поселення, засоби масової комунікації, регіональна інфраструктура.

- Мікрорівневі: сім’я, субкультури, мікросоціум, інститути виховання, громадські, державні, релігійні та інші об’єднання.

В результаті впливу всіх цих факторів відбувається процес соціальної діяльності особистості процес активного відтворення людини з соціального досвіду, уміння володіти навичками практичної та теоретичної діяльності, перетворення реально існуючих відносин у якості особистості і її економічний капітал.

Зазначимо що ще І. Кант писав, що в людстві укладено багато задатків, завдання полягає в тому, щоб оптимально розвивати природні здібності і розкривати властивості людини з самих зародків, роблячи так, щоб людина досягла свого призначення [294].

Існують три парадигми розвитку особистості, що відрізняються розумінням та домінуванням соціальних чи біологічних чинників та позицій особистості в процесі становлення та розвитку [301].

Біогенетичний підхід, в центрі уваги якого знаходяться проблеми розвитку людини як індивіда, що володіє певними антропогенетичними властивостями і проходить різні стадії за рівнем реалізації філогенетичної програми в онтогенезі [301]. Представниками даного наукового напрямку є К. Бюллер, А. Гезелл, В. Штерн, ст. Холл, тощо.

Соціогенетичний підхід, представники якого роблять акцент на вивченні процесів соціального розвитку людини, освоєння соціальних норм та ролей, набуття соціальних установок та ціннісних орієнтацій, що відбувається під впливом середовища, перш за все, тих соціальних груп, які складають найближче оточення людини [292]. Средовище є визначальним фактором формування особистості вважають є Дж. Болдуін, Ж. Віллар, М. Мід та ін.

Біосоціальний підхід поєднує два вище згадані підходи. Людина істота і біологічне, і соціальне. Психічні процеси мають біологічну природу, а спрямованість, можливості особистості формуються в результаті об’єктивних та спеціально організованих впливів соціальної середовища.

Теорії когнітивного напрямку займають проміжну позицію між біогенетичними та соціогенетичними підходами, оскільки провідні детермінанти розвитку визнають і генотипну програму, і умови, в яких ця програма реалізується. Тому рівень розвитку (рівень досягнення) обумовлений не тільки розгорненням генотопії, але й соціальними умовами, завдяки яким відбувається когнітивний розвиток людини.

Зазначимо, що соціальний розвиток спрямований на незворотні, цілеспрямовані зміни соціальних відносин. Це перехід соціальних систем, спільнот, інститутів та організацій до якісно нового стану. У най загальнішому вигляді цілі соціального розвитку полягають у таких змінах (модернізації) усієї системи соціальних відносин, які б адекватно відповідали новим потребам людей та можливостям їх реалізації. Досить повно і разом з тим предметно цілі соціального розвитку розкриті в «Декларації соціального прогресу і розвитку», проголошеній резолюцією 2542 (XXIV) Генеральної Асамблеї ООН ще в грудні 1969 р. [301].

Зокрема, в ній зазначається, що соціальний прогрес і розвиток мають бути спрямовані на постійне підвищення матеріального і духовного рівня життя всіх членів суспільства при збереженні поваги та здійсненні прав людини й основних свобод шляхом досягнення таких головних цілей [301, с. 67]:

- забезпечення права на працю на всіх рівнях, права організовувати професійні спілки та асоціації працівників й укладати колективні договори; сприяння повній продуктивній зайнятості, створення справедливих і сприятливих умов праці для всіх, включаючи санітарні умови та охорону праці, забезпечення без будь-якої дискримінації справедливої винагороди за працю, запровадження мінімального рівня заробітної плати, досить високого для забезпечення задовільного рівня життя;
- ліквідація голоду та недоїдання і гарантування права на належне харчування;

- ліквідація зубожіння; забезпечення неухильного підвищення рівня життя, а також справедливого і рівномірного розподілу доходів;
- досягнення найвищого рівня охорони здоров'я усього населення, по можливості, безоплатно;
- викорінення неграмотності, забезпечення права на загальний доступ набезоплатне обов'язкове навчання в початковій школі та на всіх рівнях; підвищення загального рівня освіти упродовж усього життя;
- забезпечення усіх, особливо осіб, які мають низький дохід та великі сім'ї, задовільними житловими умовами і комунальним обслуговуванням;
- створення та поліпшення системи соціального забезпечення і страхування для осіб, які через хворобу, непрацездатність або похилий вік тимчасово чи постійно не мають змоги заробляти на життя;
- охорона прав матері і дитини; захист прав та забезпечення добробуту осіб похилого віку та інвалідів; забезпечення захисту людей, які мають фізичні або розумові вади; • виховання молоді в дусі ідеалів справедливості і миру, взаємної поваги та взаєморозуміння між народами;
- усунення умов, які породжують злочинність, правопорушення й особливо злочинність неповнолітніх.

«Декларацією соціального прогресу і розвитку» також визначено принципи, цілі, засоби та методи національних і міжнародних дій, що слугують загальною основою політики соціального розвитку:

Тема соціального розвитку як невід'ємної складової та умови соціального прогресу дістала подальшого розвитку у Декларації про права на розвиток, прийнятій ООН 4 грудня 1986 р.

Цією Декларацією було визначено сфери впливу та відповідальності людини і держави [63]:

- за людиною визнавалася роль основного суб'єкта процесу розвитку, активного учасника і бенефіціанта права на розвиток; на людину покладалася також відповідальність за розвиток в індивідуальному і колективному плані, обов'язки перед суспільством як таким, що здатне забезпечити вільний і повний розвиток особистості;
- за державою закріплювалися право і обов'язок визначати відповідну національну політику розвитку, спрямовану на постійне зростання добробуту всього населення і кожної окремої особи.

Сьогодні основні дії світової спільноти у соціальній сфері спрямовані на виконання цілей Декларації тисячоліття, затвердженої резолюцією Генеральної Асамблеї ООН від 8 вересня 2000 р.: домогтися, щоб «глобалізація стала позитивним фактором для всіх народів світу» [403].

Глобальні цілі розвитку тисячоліття були прийняті в українському контексті, з огляду на особливості розвитку нашої країни [301]. Важливі функції, спрямовані на оптимізацію процесів соціального розвитку, відводяться органам державної влади, структурам громадянського суспільства та науково-експертному середовищу.

Таким чином, процеси соціального розвитку відбуваються на основі трьох головних рівнів:

- об'єктивної саморегуляції, основою якої є процес функціонування і розвитку суспільних (економічних, політичних, соціальних та духовних) відносин;
- соціального управління, в основу якого покладена свідома, цілеспрямована діяльність суб'єктів суспільного буття, зокрема соціального управління та соціальної політики;
- внутрішньої свідомої саморегуляції людиною свого соціального, духовного потенціалу, сутнісних соціальних сил, свого бачення міри і сталості власної соціальної безпеки.

У системі чинників, які детермінують процеси соціального розвитку, особливо важливе місце належить різноманітним видам суспільних відносин,

зокрема економічним. Але недооцінка впливу різноманітних складових процесу соціального розвитку на суспільне буття, підхід до них як до виключно похідних від економічних, політичних відносин зумовлює послаблення їх впливу на суспільне життя, розбалансування соціальних і економічних взаємозв'язків.

Зазначене передбачає зростання впливу різноманітних складових соціального розвитку на економічні, політичні, соціальні відносини як чинник динамізації останніх та зворотного впливу таких відносин на соціальний розвиток.

Значний вплив процесів соціального розвитку на суспільне буття зумовлений і тим, що основні складові процесів соціального розвитку статусні взаємодії індивідів та соціальних груп, соціально-класові відносини і, насамперед, процеси соціальної мобільності, соціально-трудові відносини, соціальна активність людини, її добробут, соціальна безпека, зокрема соціальна захищеність, соціальне самопочуття, стан здоров'я, тощо, є надзвичайно важливими сутнісними характеристиками не тільки власне сутності самого соціального розвитку, а й економічного розвитку територій.

Зазначені складові соціального розвитку не є зовнішніми стосовно суспільного буття та економічної діяльності, а органічно входять у їх контекст [148]. Крім того, саме в економічних відносинах людина реалізує соціальні цінності, свій соціальний статус, соціальні права та соціальний потенціал.

У структурі елементів суспільного розвитку, які суттєво впливають на соціальний розвиток, важливе місце належить економічним відносинам. Суспільна взаємодія спричиняє необхідність економічних відносин у соціальному розвитку суспільства, забезпечення його соціальної безпеки. Адже саме економіка, економічні відносини будь-якого суспільства безпосередньо впливають на процеси соціального розвитку, його соціальні [32, 39, 43]. Адже без розвинутої економіки не може бути розвинутої соціальної сфери, стабільної соціальної безпеки суспільства та добробуту

людей, розвинутого середнього класу, тобто ключових структурних складових соціального розвитку.

Потужний вплив економічних відносин на соціальний розвиток пов’язаний з відносинами власності, і, насамперед, з формуванням приватної власності, яку потрібно розглядати як економічну гарантію соціальних прав і свобод людини та громадянина та можливості реалізувати себе у соціумі.

Її поява визначає динамізм соціального розвитку суспільства, урізноманітнення соціальних відносин. Ринок, який зумовлює функціонування різноманітних відносин власності, сприяє процесу деідеологізації соціально-економічного життя, відокремленню економічної влади від політичної, детермінує посилення правових (а не політичних, ідеологічних) засад економічних перетворень, утвердженню права на власність, а отже, і соціальному розвитку суспільства. Все це свідчить про те, що зміст та стан соціального розвитку значною мірою детермінований динамізмом спрямованості процесу економічного розвитку суспільства і конкретних територій. Кожний новий етап розвитку економіки, яка ґрунтується на ринкових засадах, об’єктивно зумовлює й розвиток соціальних відносин, сприяючи тим самим соціальному прогресу суспільства, збагаченню його змісту.

Водночас не слід перебільшувати, а тим більше абсолютизувати чинники економічної детермінації процесів соціального розвитку, їх прямий вплив на такий розвиток [39]. Абсолютизація залежності соціального розвитку від економіки, матеріальних складових людського буття призводить до зниження ролі соціальних детермінант, їх регулюючої ролі в суспільній життєдіяльності.

Взаємозв’язок зазначених феноменів (соціально-економічного розвитку) полягає в тому, що не тільки економіка впливає на соціальний розвиток, а й останній суттєво визначає динамізм розвитку економічних відносин.

Всяке приниження ролі нормативної регуляції соціальних складових суспільного буття, їх впливу на економіку приводить до розбалансування елементів економічної системи, загострює суперечності. Недооцінка соціальних чинників у макрочи мікроекономічному регулюванні або неефективність впливу відповідних соціальних механізмів на економіку призводить до послаблення соціальних детермінант розвитку економіки та підриває основи економічної стабільності суспільства.

Зазначене передбачає посилення як впливу соціальних процесів на економічний розвиток суспільства, так і зворотного впливу економічних відносин на соціальний прогрес.

Серед складових економічних відносин, які вирішальним чином впливають на соціальний розвиток, є відносини власності. Право людини на власність, зокрема приватну, є основою її економічної свободи [301, 227].

Саме власність є найважливішим елементом правового статусу особи і, насамперед, приватна власність забезпечує людині найбільш широкі права володіння, здатна здійснювати особливий вплив на реалізацію соціального потенціалу, прояву соціальної активності людей, а отже, і на соціальний розвиток, збагачення соціальної та економічної культури. Відносини власності як основа соціально-економічного функціонування суспільства та чинник соціального розвитку це те суспільно-правове поле, деформуються і реалізуються соціальні цінності, реалізуються соціальні інтереси людей шляхом узгодження і задоволення системи економічних інтересів.

Відтворюючись системою економічних зв’язків, власність як юридична та соціально-економічна категорія відображає майнові відносини, щодо використання в обороті та привласнення благ, що закріплюються системою відповідних прав власності.

Власність характеризує взаємозв’язок соціально-економічних та правових відносин, соціально-економічної сутності та матеріально-речового змісту.

Соціальний розвиток передбачає переосмислення проблеми владарювання в українському суспільстві, формування в суспільній, соціальній свідомості розуміння зазначеного феномена не як однобічних владно-державних повноважень, а як відносин, за яких як держава, так і громадяни мають взаємні, зокрема соціальні права, обов'язки та спільну відповідальність [301].

Взаємність владних відносин має ґрунтуватись на теорії суспільного договору, природному праві людини, конструктивному діалозі громадян з владними структурами щодо найефективніших форм організації соціального життя. Важливим при цьому є усвідомлення того, що підґрунтя владимає проявлятись насамперед у захисті соціальних потреб та інтересів людини і громадянина.

Суспільство не може формуватися, не створюючи ідеалу вказують автори [226, 427]. Суспільний ідеал змінюється разом з різними людськими групами, і він повинен змінюватись. Зазначене безпосередньо стосується і духовних засад соціального розвитку, формування соціальної культури.

Процес реформування соціальних відносин в українському суспільстві, системи світоглядно-ціннісних орієнтацій актуалізує необхідність утвердження нового суспільного ідеалу в сфері соціального розвитку, який має стати домінантою розвитку духовного життя України, його духовної, зокрема соціальної, культури.

Вчені висловлюють думку, що в основу такого ідеалу має бути покладена інтегративна суспільна ідеологія, яка поєднує в собі національні, державницькі, загальнолюдські цінності, стрижневою основою якої має бути національна ідея.

Процес соціального розвитку в Україні потребує формування та утвердження нової системи світоглядно-ціннісних орієнтацій, такої ідеологічної парадигми, яка спиралася б на доктрину сучасного світобачення, єдність національного і загальнолюдського в соціальному розвитку регіонів.

Для українського суспільства така система цінностей набуває особливого значення. Формуванню такого світогляду, посиленню його ролі в соціально-економічному розвитку в Україні сприятиме [148, 229]:

○ створенню умов для розвитку інтелектуального потенціалу суспільства, оскільки інтелект є одним із основних елементів системи світоглядно-ціннісних орієнтацій і формування в Україні умов для становлення соціальної, держави, яка б ґрунтувалася на принципах верховенства права, гуманному і справедливому правопорядку, демократії, національних і загальнолюдських соціальних цінностях;

○ визнання пріоритету загальнолюдських, світоглядних цінностей, над соціальними інтересами окремих соціальних груп суспільства;

○ домінування загальновизнаних норм міжнародного права, які регулюють процеси соціального розвитку, забезпечують соціальні права людей;

○ досягнення компромісу між соціальними групами різної ідейної, ідеологічної, світоглядної орієнтації;

○ формування в суспільстві таких засад соціального життя, соціальної культури, які б допомагали утвердженню індивідуальності людини, її самостійності, соціальної та економічної активності, позитивної соціальної творчості як суб’єкта суспільних відносин, вибір моделі соціальної поведінки, яка не допускала б одержавлення особистості, спрямовувалася на органічне поєднання соціальних інтересів індивіда, держави і суспільства;

○ створення умов для формування в суспільстві мотивації населення до економічно активної і соціально відповідальної поведінки, розвиток базових принципів української національної соціальної системи, її доктрини в сфері соціального розвитку на таких засадах ідеології, соціальної культури, які були б зрозумілі, доступні не тільки фахівцям, а й широким верствам населення, стали б для нього основою світосприйняття, соціальної діяльності.

У системі духовних чинників, які детермінують процес формування нової системи світогляду на соціальний розвиток та гуманітарний розвиток,

особливе місце належить утвердженню доктрини сучасного світобачення на процеси соціального розвитку, яка ґрунтувалася б на засадах людино центризму, верховенстві соціального, гуманістичного права.

Така доктрина передбачає формування та розвиток у суспільстві сукупності об’єктивних та суб’єктивних, суспільно-політичних, духовних, світоглядних чинників для подолання державо-центриської концепції світобачення, соціальної дійсності, яка ставить в центр соціуму, соціального розвитку державу і утвердження людино центристської системи світогляду на суспільне буття та виходить із засад вирішальної ролі особистості в соціальному творенні, реалізації соціальних цінностей та економічних відносинах [147, 227, 286].

Система світоглядно-ціннісних орієнтацій, насамперед людино центристський світогляд як складова духовної культури і детермінанта соціального розвитку регіону, формується значною мірою на основі знань, зокрема про закономірності соціального розвитку, соціальні та економічні процеси життєдіяльності суспільства. Такі знання відіграють конструктивну роль, криють у собі потужний регулятивний потенціал тоді, коли вони переходять в ціннісні установки особистості, стають її внутрішнім переконанням реалізуючись у творчій соціальній активності з освоєння і перетворення соціальної дійсності і включення їх в економічний оборот. Вирішальне значення у формуванні нового типу світоглядно-ціннісних орієнтацій як чинника соціального розвитку регіону має система освіти.

1.3. Концептуальні основи соціально-гуманітарного розвитку підприємництва, як новітній базис економічного розвитку регіонів.

Загальновизнаним є той факт, що підприємництво відіграє важливу роль у процесі формування ринкових відносин, виступає рушійною силою соціально-економічного розвитку як регіону, так і держави в цілому. Як засвідчує міжнародний досвід, важливою складовою мобілізації інституційних чинників зміцнення конкурентоспроможності національної економіки є підприємництво. Підприємництво, як системний процес виникло у XVII ст. як суспільна реакція на фундаментальні зрушення у розвитку продуктивних сил, які створили базу для еволюції цивілізації від аграрного до технологічного укладу виробництва суспільно-необхідних матеріальних благ. Драйвером цього процесу було і є підприємництво, яке вважають головним провідником процесу економічної еволюції цивілізації та ствердження й розвитку ринкових відносин [197, с. 8].

Тому, визначальним напрямком регіонального соціально-економічного розвитку є формування мотиваційних механізмів стимулювання ефективного функціонування і розвитку існуючих підприємницьких структур та створення сприятливого середовища для розвитку нових на основі використання соціально-гуманітарних векторів розвитку підприємництва в регіонах, зазначають автори [197, с.11].

Відома вітчизняна вчена В. Куценко [145-149] приділила багато уваги проблематиці розвитку соціально-гуманітарної сфери на національному та регіональному рівнях. Методологічні проблеми взаємозв’язку соціально-гуманітарного простору і розвитку продуктивних сил України досліджували науковці з Ради по вивченню продуктивних сил України НАНУ [229].

У роботі [4] досліджено особливості використання засобів планування соціально-гуманітарного розвитку трудового колективу промислового підприємства та здійснено адаптацію методичних підходів планового вирішення проблем соціально-гуманітарного розвитку до вимог ЄС на

прикладі медичного обслуговування трудових колективів промислових підприємств.

Зауважимо, що підприємництво, як соціально-економічний феномен постійно привертає до себе увагу науковців та практиків у всьому світі. Це соціально-економічне явище, де кожен учасник має можливість знайти своє місце, а зовнішні учасники процесу отримати позитивні результати: держава економічне зростання, збільшення ВВП та числа робочих місць, місцева влада джерела формування місцевих бюджетів та підтримку у політичних процесах. На світовому рівні підприємництво є механізмом участі людей як в економічному регіону і країни, так і в міжнародному поділі праці та засобом існування, стимулом до саморозвитку.

Розробці теоретичних, методичних та прикладних питань розвитку підприємництва присвятили праці такі видатні науковці, як: А. Сміт, Ж.-Б. Сей, В. Зомбарт, Р. Кантільон, Ф. Хайек., П. Друкер, М. Вебер, П. Верхман, Ф. Кене, К. Макконелл, П. Самуельсон, Р. Хизрич, Й. Шумпетер. З українських вчених варто відзначити: А. Агеєва, А. Барановського, А. Блінова, З. Варналія, П. Гайдуцького, А. Герасимчука, М. Долішнього, В. Колота, М. Козоріз, Д. Крисанова, М. Маліка, С. Мочерного, Л. Романову, П. Саблука, В. Савченка, Н. Соболя, Г. Чернікова, О. Щербину.

Увага науковців до підприємництва зумовлена тим, що саме підприємництво відіграє важливу системну роль в ринковій економіці, поєднуючи реалізацію суто економічних завдань виробництва товарів і послуг, утворення фінансового ресурсу тощо, з соціальними створення робочих місць, забезпечення доходів працюючого населення, реалізація творчого та трудового потенціалу нації [197, с. 2]. Еволюція виробничих відносин та характеру продуктивних сил на сучасному етапі відбуваються саме завдяки підприємництву, як прояву економічної свободи людини.

Світовий досвід доводить, що країни з вищим рівнем економічних свобод відповідно мають вищий рівень розвитку підприємництва та вищі показники якості життя громадян [175]. Підприємницька діяльність є

джерелом важливих зобов’язань її суб’єктів перед суспільством та державою, а право громадян на підприємницьку діяльність, його гарантії визначають зміст і спрямованість діяльності держави в цій сфері.

Все ж таки, дискусійною вважають роль держави у становленні і розвитку підприємництва, яке потребує ефективного правового регулювання і матеріально-фінансового забезпечення. В умовах глобалізації популярними є ідеї про зниження ролі урядів країн у міжнародних економічних процесах, де залучене високоефективне підприємництво.

Хоча, ми вважаємо за доречне, наголосити на думці вітчизняних фахівців [148, 197] про те, що уряд таки повинен вимагати від суб’єктів підприємницької діяльності виконання певних публічних обов’язків і не втручатися в господарську діяльність суб’єктів підприємництва, а лише створювати умови для його розвитку. І саме тому вимоги регуляторної політики становлять не стільки інструмент державної політики щодо регулювання підприємництва в цілому, а механізм забезпечення прозорості та відкритості влади, ефективності та об’єктивності рішень.

Детальний аналіз генези поняття підприємництво ми проводили у роботі [281] де і визначили риси підприємця як реалізатора концепції економічної власності.

Ми розглядаємо підприємництво в соціально-гуманітарному вимірі як вид людської діяльності, спрямований на задоволення суспільно-соціальних потреб та надання матеріальних благ, що здійснюється підприємствами різних форм власності і господарювання та окремими фізичними особами (громадянами-підприємцями) з метою одержання підприємницького доходу, базовими властивостями якої є самостійність, систематичність та соціальна відповідальність.

Відомо, що основними передумовами наявності соціально-гуманітарного розвитку підприємництва є удосконалення правової бази для ведення підприємницької діяльності; трансформація відносин власності; поява

попиту на нові соціальні послуги; формування сприятливого інституційного середовища для здійснення підприємницької діяльності.

Дослідження сутності підприємництва та вивчення аналітичних матеріалів [175, 197] дозволили виділити систему факторів соціально-гуманітарного розвитку підприємництва в регіонах (рис. 1.4).

Фактори соціально-гуманітарного розвитку підприємництва в регіоні

Економічні	Політичні	Природно-кліматичні	Соціально - демографічні	Інституційні
- економічна політика щодо регіону; доступ до фінансування; - робоча сила і її кваліфікація; - технологічна структура промисловості регіону; - рівень економічного розвитку регіону; - розвиненість інфраструктури; - ємність регіонального ринку; - ринкові інститути.	- якість державного регіонального управління; - політична ситуація в регіоні; - якість прийняття політичних рішень; - режим сприяння демократичним перетворенням соціуму регіону.	- природні ресурси регіону; кліматичні умови; - особливості територіального розміщення; - домінуючий тип місцевості.	- якість соціальної політики; - вікова структура населення; - доступ до якісної освіти; - міграція населення; - чисельність населення продуктивного віку; - розвиненість соціальної інфраструктури; - якість соціальної сфери; - рівень розвитку інститути.	- інститути сприяння підприємництву; - програми розвитку різних сфер регіону; - громадські організації; - підприємницькі галузеві організації; -інституційна прозорість; - інституційна підтримка громадський ініціатив.

Рис. 1.4. Система факторів соціально-гуманітарного розвитку підприємництва регіону

Система факторів, що запропонована нами має бути покладена в основу розробки стратегій соціально-гуманітарного розвитку підприємництва в регіонах.

Поняття стратегії знайшло широке відображення в працях як теоретиків, так і практиків різних наукових сфер. Генетично воно походить з суто військової сфери (у буквальному перекладі з грецької «стратос» військо, «ago» веду) та зазвичай визначається як найважливіша складова військового мистецтва, яка опікується питаннями підготовки, планування і ведення війни, військових кампаній та операцій, які вирішують результат війни [219].

В економічному словнику-довіднику за ред. С. Мочерного економічна стратегія це «довгостроковий курс економічної політики, який передбачає вирішення великомасштабних економічних і соціальних завдань» [75].

Фахівці Міністерства економіки та європейської інтеграції та експерти Програми розвитку ООН, надають одразу три визначення стратегії: «довгострокова узагальнена сукупність взаємозалежних рішень, що визначають пріоритетні напрями розвитку економіки, галузі, регіону тощо» [232]; «система концептуальних цілей та інструментів для їх досягнення... те, що поєднує тактичні короткострокові дії у систему, яка забезпечує високий результат... в цілому за стратегічний період» [232]; «довгостроковий узагальнений план управління обраною сферою або системою» [232, с. 40].

Стратегія розвитку підприємництва регіону на нашу думку це комплекс політичних і економічних цілей і послідовності дій з чітко визначеними механізмами і інструментами їх реалізації, що спрямовані на активізацію підприємницької діяльності в регіоні на довготривалу перспективу. До стратегічних цілей активізації підприємницької діяльності в регіонах можна віднести і: покращення соціально-економічних умов життя в регіоні; скорочення рівня бідності, реалізація можливості отримання додаткових доходів; модернізація та диверсифікація соціально-економічної бази регіону; покращення демографічної ситуації в регіоні; -забезпечення економічного розвитку регіону .

Стратегія розвитку підприємництва регіону повинна розроблятися з урахуванням взаємозв’язку стратегії соціально-економічного розвитку регіону; регіональних особливостей, гуманітарної, інституційної та екологічної сфер.

Широкий спектр проблем гуманітарної сфери останнім часом став предметом розгляду значної кількості публікацій як державно-управлінського спрямування, так і суміжних наукових галузей. Так, сучасний стан розвитку гуманітарної сфери країн перехідного періоду досліджували В. Бульба та О. Степанко [28], гуманітарний розвиток України в контексті кризових явищ культури Р. Ткачук [236], гуманітарну політику як фундамент реформ та мультиплікатор соціального капіталу Української Держави С. Зубченко [63]. Аналіз концептуальних засад державної політики в гуманітарній сфері, у тому числі щодо культурного, освітнього, науково-технологічного та етнонаціонального розвитку знайшов своє висвітлення в навчальному посібнику [286.].

Попри наявні досягнення науковців у дослідженні окресленої проблематики, все ж бракує системних праць щодо гуманітарного розвитку підприємництва України в контексті зовнішніх та внутрішніх впливів і трансформації економічних моделей економічного розвитку регіонів. Адже "…на очах покоління, яке звикло до статики міжнародних правових постулатів, змінюється зміст і контекст використання низки ключових термінів: непорушність державного суверенітету, право націй на самовизначення аж до відокремлення та створення незалежної держави, демократизація світового порядку, моральна необхідність надання допомоги нерозвиненим країнам, багатополярність та однополярність світу … Релятивізм теоретичного осмислення, а тим більше практичного застосування наведених вище термінів стає нормою глобальної гри окремих регіонів, держав, націй, транснаціональних економічних структур, і навіть окремих яскравих особистостей" [221, с. 61-62].

З огляду на зазначене важливим є визначення напрямів діяльності державних органів влади щодо забезпечення гуманітарного розвитку на загальнонаціональному, регіональному та місцевому рівнях в нових умовах економічного розвитку світу.

Формування економіки знань стало основою якісно нової суспільно-економічної формації у XXI ст., що зумовлено особливою роллю знання в сучасному цивілізаційному розвитку. Конкурентні переваги регіонів усе менше визначаються багатством природних ресурсів чи дешевою робочою силою і все більше технічними інноваціями та конкурентним застосуванням знань, що посідають перше місце серед факторів суспільного розвитку, сприяють досягненню взаємодоповнюючих цілей забезпечення стійкого економічного зростання, підвищення суспільного добробуту, стимулювання соціальної злагоди, розвитку людини. Це потребує створення необхідних інституційних передумов і актуалізації ресурсів для модернізації науково-технічної, інноваційної систем та розвитку інтелектуального потенціалу кожного регіону.

Отже, основними засобами гуманітарного розвитку має стати діяльність соціально відповідального підприємництва та органів державної влади на регіональному рівні. Фінансове забезпечення гуманітарного розвитку має здійснюватися за рахунок коштів підприємств, установ та організацій, Державного бюджету України, місцевих бюджетів та інших джерел з урахуванням реальних пріоритетів у гуманітарній, соціальній та економічній сферах.

Зазначимо, що необхідно враховувати той факт, що глобалізація економіки, швидка зміна технологічних укладів та становлення нових видів економічної діяльності зумовили масштабні перетворення як у сфері економічних відносин, так і у структурі виробництва регіонів. Зміна суспільних відносин спричинює зміни у процесах розвитку продуктивних сил від індустріальних до інформаційних та креативних векторів.

Трансформація відносин власності підсилила міграцію робочої сили з державного в приватний сектор, а саме у сектор підприємництва. Все це викликало нові пропорції зайнятості, посилення міжгалузевого руху робочої сили та появу диспропорцій між якісними характеристиками робочої сили і робочих місць.

Інтелектуалізація сучасної праці та розвиток інформаційно-комунікаційних технологій спричинили появу категорії «запозиченої праці» прикладами якої є лізинг, аутсорсинг, аутстафінг персоналу; телеробота, фріланс, робота з аморфним робочим часом тощо. Все це приводить до структурної перебудови ринку праці під дією попиту на інтелектуальні професії у різних формах та виявах. Зазначені процеси у сфері зайнятості значно впливають на соціально-трудову сферу, оскільки змінюються як структура, так і зміст соціально-трудових відносин на регіональних ринках праці.

Зазначимо, що завжди трудова діяльність людини була спричинена її бажанням задовольнити свої матеріальні та нематеріальні потреби. Враховуючи те, що в умовах економіки знань і глобального соціального прогресу трудова діяльність працівників змінюється за своєю суттю і при цьому трудова мобільність пришвидшується. Для окремих категорій зайнятих, зокрема, самозайнятих підприємців чия праця є індивідуальним творчим виявом здібностей людини, трудова діяльність набуває нових якостей: ініціативності, креативності та творчості.

Реалії сучасного економічного розвитку, потребують ефективного застосування знань і вмінь працівників з метою поліпшення використання технологій, отримання економічних результатів праці. Інноваційній економіці з високою інформаційною та інтелектуальною «місткістю» властивий інноваційний тип зайнятості — гнучкий, динамічний, ефективний, що передбачає постійне оновлення, новий зміст, структуру, види, форми зайнятості та їхнє постійне оновлення, підвищення якості людського капіталу,

реалізацію інтелектуального і творчого потенціалу населення у сфері праці [106, 109, 127].

На думку А. Колота, «…інтенсивне впровадження нових прогресивних технологій, передусім інформаційно-комунікаційних, усе більше зумовлюють як трансформацію форм зайнятості, так і зростання вимог до суб'єктів трудової діяльності. Посилення ролі творчої людини у виробництві сприяє нарощенню попиту на інтелектуальну, креативну працю, на висококваліфікованих працівників зі схильністю до постійного навчання, засвоєння та інтерпретації нового. Людський капітал стає провідним чинником економічного розвитку, найефективнішим економічним ресурсом» [130, с. 73].

З огляду на це трансформацію форм і видів зайнятості можна визначити як результат нестійкості ринку праці та системи зайнятості регіону. Сьогодні зменшуються обсяги стандартної зайнятості, а традиційна практика закріплення робочого місця за працівником на тривалий термін втратила актуальність, розвиток інформаційних технологій створив передумови для утвердження новітніх режимів праці [110 с.169].

Таким чином, докорінна трансформація систем зайнятості в регіонах у поєднанні з трансформацією ринків праці зумовлює необхідність концентрації на гуманітарній сфері регіонів, яка є саме тим середовищем, що сприяє найкращому сценарію реалізації творчого та інтелектуального потенціалу кожної людини.

Ми виходимо з того, що гуманітарний розвиток це модель розвитку, орієнтована на максимальне розкриття потенціалу кожної людини і соціуму в цілому, створення гідних умов для реалізації всіх інтелектуальних, культурних, творчих можливостей людини. Аналіз наукових праць свідчить, що [122, 149, 340] забезпечення гуманітарного розвитку є комплексним процесом, який нерозривно пов'язаний з соціальними процесами на всіх рівнях (рис. 1.5.)

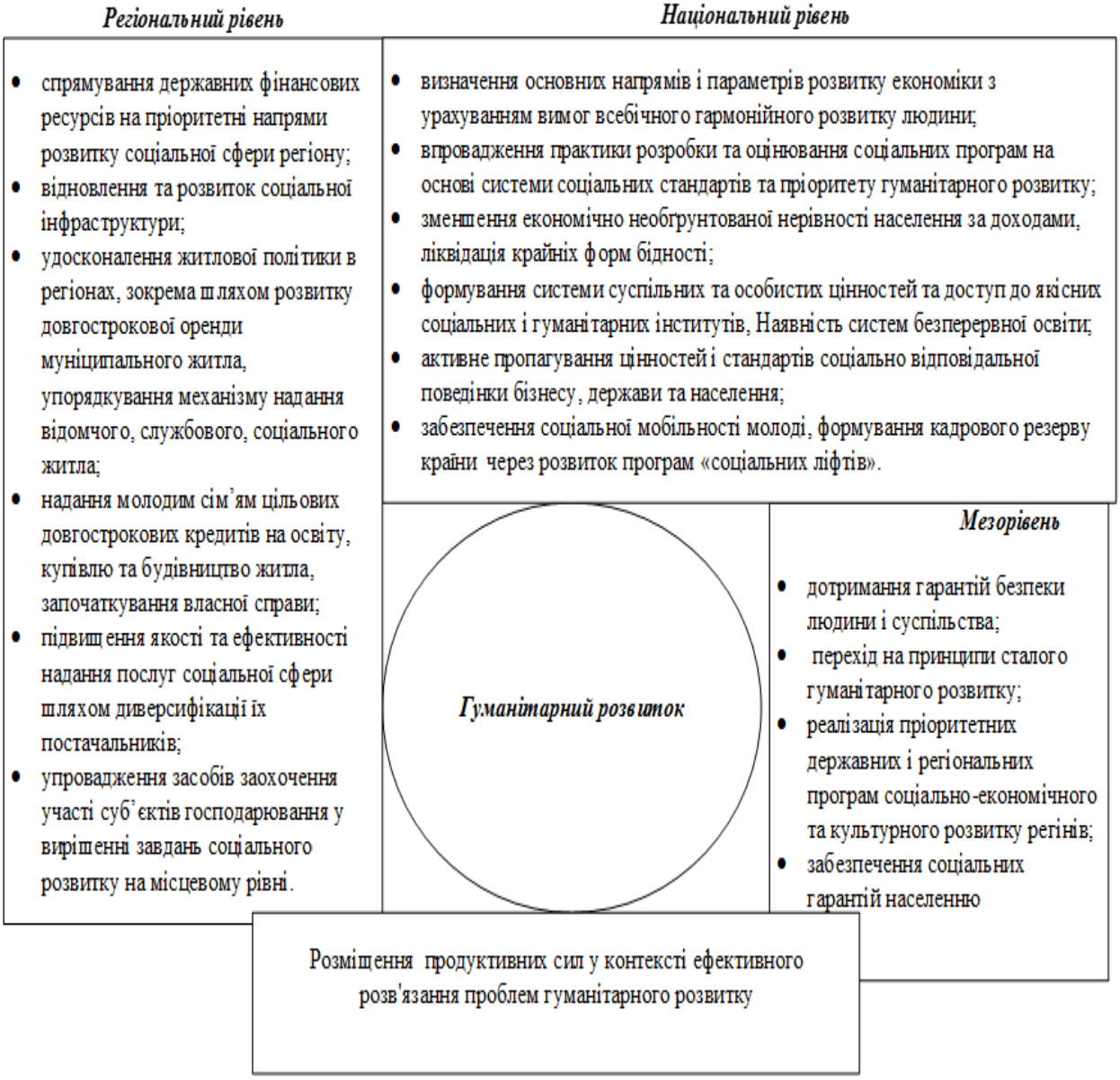


Рис. 1.5. Комплексна схема забезпечення гуманітарного розвитку

Джерело: розробка автора.

Впровадження високих стандартів життя невід'ємне від права людини на працю, що створює мотивацію для самовдосконалення та розвитку творчого потенціалу суспільства. Для цього необхідно сформувати ціннісні етичні настанови населенню на реалізацію економічно активної поведінки, самозабезпечення та дотримання трудової етики і, при цьому забезпечити економічно обґрунтовану та гідну заробітної плату.

Поряд з цим соціально-економічний розвиток в реаліях інтелектуалізації праці потребує розроблення економічних механізмів заохочення роботодавців

до створення нових робочих місць, в нових галузях економіки, з належними умовами праці і поширення гнучких форм зайнятості.

На регіональному рівні має бути передбачено розроблення проектів програм соціально-економічного розвитку територій, формування місцевих бюджетів з урахуванням пріоритетності цілей і завдань гуманітарного розвитку, реалізація комплексу заходів збалансованого розвитку регіонів, серед яких першочергове значення треба надавати: підвищенню якості життя населення; проведенню структурних змін в економіці регіонів стосовно зростання доданої вартості з орієнтацією на виготовлення наукоємної продукції; підвищенню рівня економічного розвитку регіонів за рахунок стимулювання населення до само зайнятості у сфері підприємництва та до інтелектуальних видів праці, сприяння розвитку підприємницької діяльності, реінжинірингу промислових комплексів на регіональному рівні.

Аналіз наукових праць свідчить, що [197; 229, с. 92] на місцевому рівні необхідно забезпечити активну взаємодію органів місцевого самоврядування і громадськості з питань розроблення місцевих програм гуманітарного розвитку, оздоровлення середовища життєдіяльності, включаючи санітарне очищення, благоустрій тощо.

Гуманітарний розвиток передбачає формування скоординованих дій у всіх сферах суспільного життя, адекватної переорієнтації соціальних, екологічних та економічних інститутів регіонів, посилення зацікавленості підприємств і громадян різних соціальних груп у вирішенні завдань всебічного гармонійного розвитку людини на регіональному рівні.

Управління гуманітарним розвитком на рівні регіону передбачає розроблення програмних і прогнозних документів: коротко-, середньо та довгострокових прогнозів, основним компонентом яких є складові соціально-культурного, освітнього та наукового рівнів.

Законодавством України визначено, що підприємництво це господарська діяльність, яка здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів та з метою одержання прибутку. Підприємництво є

самостійною, ініціативною, систематичною, на власний ризик господарською діяльністю.

В умовах системної перебудови економіки України у напрямку її адаптації до ринкових відносин, в яких має домінувати соціальна орієнтація, об'єктивно необхідним є створення трансформаційних механізмів, які б стимулювали суб'єктів господарювання нарощувати обсяги та підвищувати ефективність виробництва, переходити до нових технологічних укладів.

Але реалії формування підприємницького ресурсу в українській економіці свідчать, що цей процес натрапляє на ряд істотних перешкод: по-перше, реформи, що проводяться, не завжди відповідають рівневі розвитку підприємництва; по-друге, унаслідок домінування умов трансформаційних процесів в економіці відбувається надмірне збільшення невизначеності підприємницької діяльності; по-третє, недосконалість інституційного середовища підприємництва призводить до негативного обмеження свободи підприємницької діяльності. Всі ці перешкоди стосуються як загального підприємницького середовища, так і, особливо, його невід'ємної складової сектора малого підприємництва.

Дієвим інструментом сприяння ефективному розвитку підприємництва є інфраструктура його підтримки система, завдяки якій формується конкретне організаційно-економічне середовище для сприяння підприємницькій діяльності.

Найголовніша функція такої інфраструктури створення умов для ефективного здійснення підприємницької діяльності суб'єктів господарювання, подолання труднощів та вирішення проблем, пов'язаних з відсутністю знань, досвіду з питань ведення бізнесу, доступу до ресурсів та необхідної інформації, сприяння створенню нових робочих місць, подолання диспропорцій в економічному розвитку регіонів, спрощення доступу підприємництва до сучасних інноваційних технологій.

Активний розвиток підприємництва в регіоні є проявом реалізації продуктивних сил наявних в регіоні і, відповідно відображає дотримання принципів розміщення продуктивних сил в регіоні (рис. 1.6).

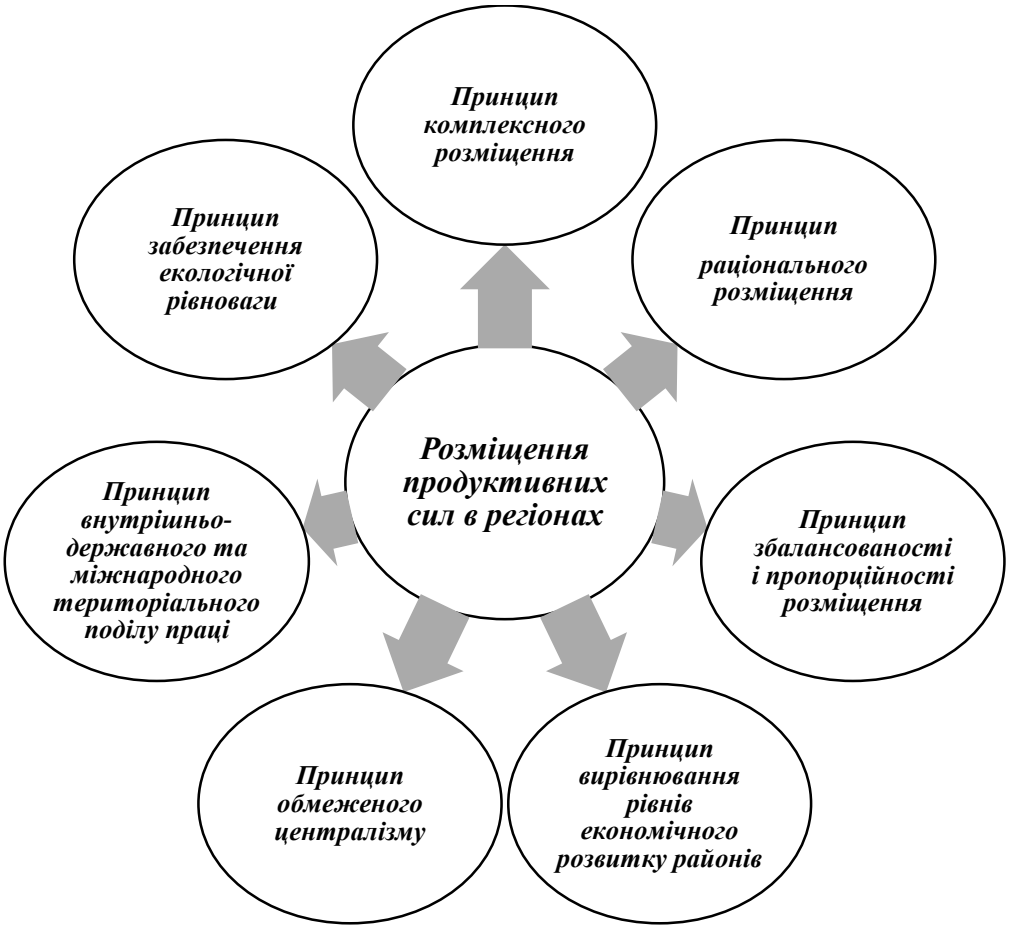


Рис. 1.6. Система принципів розміщення продуктивних сил в регіонах

Джерело; склав автор за [426, 448, 504]

Нині емпіричні існують емпіричні дослідження [116, 175], що підтверджують тезу про те, що підприємництво є основним механізмом створення робочих місць. Проте, аналіз настільки наочно свідчить і про те, що сектор підприємництва має надзвичайно різноманітний характер. Це є серйозною перешкодою на шляху формування стратегії його розвитку в різних регіонах в цілому. Існує реальна небезпека того, що сприяння розвитку лише малого і середнього підприємництва лише через їх істотний внесок у створення робочих місць без подальшої диференціації підприємств по окремих сегментах може привести до компрометації якості робочих місць за рахунок їх кількості, оскільки МСП включають також велике число

мікропідприємств, де яких створюються робочі місця, які є ні продуктивними, ні перспективними.

Рис. 1.7. Ефекти соціально-гуманітарного розвитку підприємництва

Джерело: розробка автора

Крім того, дані, що надходять від розвинених країн [319, 327], свідчать, що підприємницька діяльність і відповідний процес розширення зайнятості більш тісно пов’язані з віком підприємств, а не безпосередньо з їх розмірами. Саме на молодих малих підприємствах створюється найбільша кількість робочих місць.

Навіть всередині малих і середніх підприємств (МСП) в рамках великої неформальної економіки в країнах, що розвиваються зустрічається та сама неоднорідність, а тому і та ж потреба в політиці диференціації. Всупереч існуючій думці, що сегмент неформальних підприємств включає лише підприємців, що займаються виробництвом товарів для власного споживання, на практиці існує досить великий шар неформальних підприємств, орієнтованих на зростання, які можуть зробити суттєвий внесок в створення

робочих місць в регіонах. Тим не менш, важливо відзначити, що більшість підприємницьких структур в країнах, що розвиваються (у т.ч. Україні) є низькопродуктивними неформальними мікропідприємствами, які не будуть розширюватися і не створюватимуть додаткові робочі місця.

Основним наслідком для процесу прийняття політичних рішень є те, що політика щодо підприємництва повинна будуватися на основі більш чіткої диференціації між неоднорідними видами підприємництва. Тобто, необхідно розглядати конкретні заходи щодо молодих зростаючих підприємств поряд з оцінкою того, чи досягається очікуваний позитивний кількісний і якісний ефект для зайнятості. У той же час треба продовжувати підтримку мікропідприємств, оскільки вони відіграють важливу роль у створенні доходів і коштів для існування, особливо там, де спостерігається дефіцит оплачуваних робочих місць.

Трьома найбільшими перешкодами для підприємництва є: труднощі доступу до фінансових ресурсів, людського капіталу і конкуренція з боку неформальних підприємств. Однак ці перешкоди залежать від рівня розвитку країни, а також від регіону де розміщуються такі підприємства. Тому необхідно постійно оновлювати інформацію за допомогою проведення репрезентативних обстежень підприємств, для того щоб розширювати основи для проведення конструктивного діалогу місцевої влади і підприємницького сектору.

Значно менше відомо про проблеми або несприятливі умови, з якими стикаються працівники малого бізнесу. Саме тому, мову треба вести про формування соціально-відповідальної поведінки працівників і власників малого бізнесу, що можливо лише на основі соціально-гуманітарного розвитку, зважаючи на великий внесок малого бізнесу в к в процес розширення зайнятості.

Мета місцевої влади має полягати в наданні підтримки підприємництву в підвищенні їх продуктивності і поліпшенні якості робочих місць. Це підтверджується тим, що Міжнародна організація праці (МОП) надала цим

питанням продуктивності і умовам праці в малому бізнесі нового статусу особливо важливих областей [327].

Важливий висновок, зроблений МОП, полягає в тому, що економічний сектор, в якому діє те чи інше підприємство дає більш відчутний вплив на якість зайнятості в регіоні, ніж розміри підприємства [307]. Таким чином, ми вважаємо, більш доцільним зорієнтувати свою увагу на конкретних секторах, а не на сегментах підприємств в залежності від їх розмірів, при розробленні теоретичних основ і інструментарію, націлених на підвищення ефективності і якості робочих місць.

Загально відомо наступні організаційні форми соціально-гуманітарного розвитку підприємництва і ми проаналізуємо кожну з них на предмет їх ролі у трансформації якості продуктивних сил регіону.

Організації роботодавців та працівників можуть відігравати важливу роль в наданні допомоги підприємствам і їх працівникам для подолання перешкод, на які вони наштовхуються. Розширення присутності підприємців і в тих і в інших організаціях буде сприяти підвищенню їх ролі, як захисників інтересів цього сегменту.

Соціальні партнери також надають цілий спектр важливих послуг своїм членам, які можуть бути корисні для підприємців. Такі послуги включають інформуванняня, навчання, консультування з питань про те, яким чином можна отримати доступ до державних і приватних послуг підтримки бізнесу, взаємозв’язку з дослідними та консультаційними ресурсами, встановлення необхідних контактів з підприємцями та консультативні послуги в галузі відповідальної виробничої практики.

Організації роботодавців повинні оцінювати сприятливу обстановку за допомогою обстежень підприємств. барометрів ділової активності та інших інструментів. організації працівників повинні надавати послуги, включаючи консультаційні, з питань прав і обов’язків працівників, трудового законодавства і соціального захисту працівників МСП.

Разом з тим, інтеграційний вибір України обумовлює нові задачі в сфері державної політики підтримки підприємництва, де ключовим завданням є перехід до якісного зростання, підвищення конкурентоспроможності на основі інноваційної моделі розвитку, збільшення продуктивності праці на малих та середніх підприємствах, підвищення їх внеску в розвиток національної економіки, забезпечення продуктивної зайнятості шляхом створення нових економічно доцільних робочих місць [197].

Створення умов та інфраструктури (рис. 1.8-1.10) для розвитку конкурентноздатного, високорозвиненого, соціально відповідального прошарку підприємництва, як найпотужнішого ресурсу економіки та соціальної сфери залишається одним з головних завдань у діяльності як центральних, так і місцевих органів виконавчої влади.

Основними напрямками регіональних стратегій розвитку підприємництва має бути подальше вдосконалення нормативного регулювання на місцевому рівні через встановлення стимулюючих розмірів місцевих податків і зборів, орендних ставок на користування державним майном, диференційованих за видами діяльності, реалізація заходів з регуляторної політики, створення та забезпечення функціонування реєстраційних та єдиних дозвільних центрів, фінансово-кредитна підтримка суб’єктів малого бізнесу, підвищення освітнього рівня підприємців з питань ведення бізнесу, формування відповідної мережі об’єктів інфраструктури [197, с. 45].

Головною метою підтримки підприємництва є формування сприятливого бізнес-середовища в регіонах, створення нових робочих місць, подолання диспропорцій в економічному розвитку територій, збільшення експортної спроможності малих підприємств, спрощення доступу малого підприємництва до сучасних інноваційних технологій тощо [3].

Рис. 1.8. Інфраструктура підтримки розвитку підприємництва в регіонах за об'єктом заснування

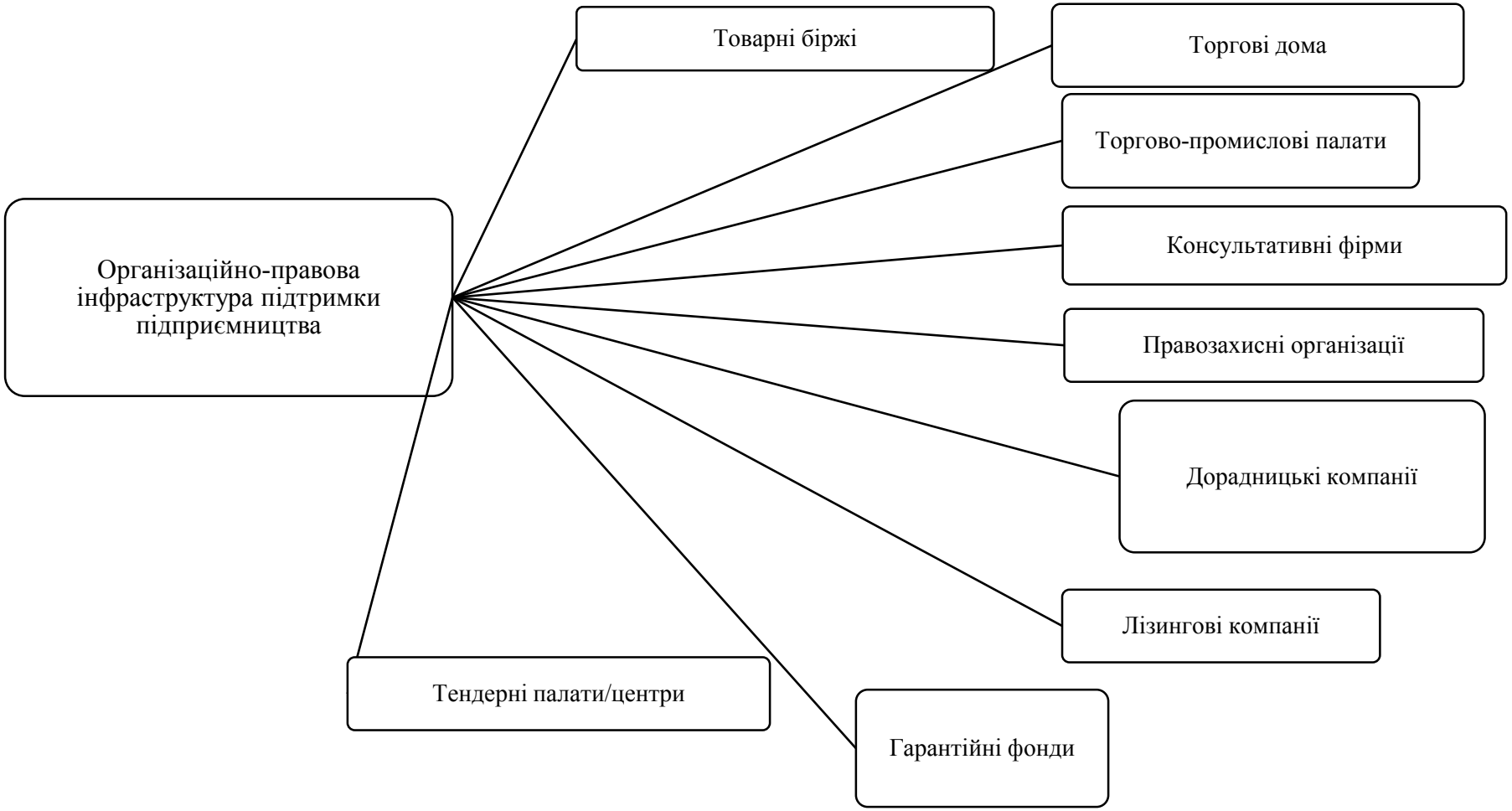


Рис. 1.9. Організаційно-правова інфраструктура підтримки підприємництва

Рис. 1.10. Інформаційно-аналітична інфраструктура підтримки підприємництва

Цілком зрозуміло, що відчутно впливає на підприємництво цілий спектр важливих напрямків економічної і соціальної політики, які орієнтовані на макроекономіку, інфраструктуру та соціальний захист. Однак ці політичні напрямки не є предметом дослідження, оскільки вони конкретно не орієнтовані на певний вид підприємств.

Отже, підсумовуючи вищевикладене наголосимо, що:

1. Теоретико-методологічні засади та практичний базис процесу формування новітньої парадигми регіонального розвитку на основі активізації соціально-гуманітарного розвитку підприємств регіонів передбачають більшу орієнтацію на чинники впливу зовнішнього середовища, зокрема глобальні та урахування емпіричного, практичного досвіду розвитку регіональних економічних систем усіх рівнів з одночасною модифікацією існуючих теорій регіонального розвитку та моделюванням цього процесу.

2. Парадигма регіонального розвитку (концепція соціополісів), наголос у якій зроблено на розвитку неринкової сфери, виробництва і використання громадських благ і послуг розширює об’єкт наукового пошуку та характеризується більшою глибиною охоплення порівняно з поширенішим економічним підходом до регіонального розвитку, оскільки охоплює екологічні, демографічні, освітні, медичні, соціально-психологічні аспекти розвитку суспільства у тому або іншому регіоні. Відповідно для реалізації на практиці положень четвертої парадигми регіонального розвитку треба враховувати те, що у забезпеченні економічного розвитку кожного регіону важливою є саме соціально-гуманітарна сфера, що, зокрема, включає в себе соціально-трудові відносини, доходи населення, зайнятість, освіту, захист вразливих верств населення, соціальне обслуговування населення тощо.

3. Світова практика свідчить, що стратегія соціально-гуманітарного розвитку досягає бажаних результатів лише тоді, коли спирається на інноваційний розвиток, на економіку знань, в якій провідне місце відводиться високим технологіям, широкому застосуванню інноваційних продуктів і послуг, а тому досягнення регіонами цілей сталого розвитку та лідерства

повинно базуватись саме на використанні людського капіталу та креативного потенціалу власного населення й створення привабливих умов для висококваліфікованих фахівців. Саме тому особливої популярності в розвинених країнах набуває така модель регіонального розвитку, яка передбачає розробку стратегій соціально-економічного розвитку регіонів на основі інтенсивного використання інтелектуальних і соціально-комунікативних здібностей саме місцевого населення.

4. Дослідження основних законів та закономірностей, принципів та факторів регіонального розвитку, а також його теоретико-методологічної основи дозволяє виділити ряд пріоритетів, необхідних для врахування при побудові власної парадигми регіонального розвитку інвестиції, інновації, інтелект, знання та креативність, що слугують базисом для формування нової моделі регіонів, а саме «регіонів новітніх центрів».

5. Трансформація продуктивних сил регіону у промислових регіонах в умовах інтелектуалізації економіки сприяє посиленню інноваційних процесів у регіоні, у той час як соціополіси зорієнтовані на трансформацію продуктивних сил регіонів на основі розвитку гуманітарної сфери та соціалізації регіонального управління. Результатом синергетичної взаємодії таких регіонів в умовах економіки знань і становлення креативних індустрій може стати поява новітніх регіонів-центрів регіонального розвитку, які виступають в якості генераторів нових ідей та конкурентних переваг на сучасній стадії розвитку глобального суспільства та економіки знань. Саме знання і людина як їх носій нині є головним фактором виробництва, стратегічним ресурсом регіонального розвитку, а взаємовідносини, що складаються на основі розвитку соціально-гуманітарної сфери і економіки регіону особливістю нової регіональної соціально орієнтованої економіки.

6. Соціально-гуманітарний розвиток підприємництва передбачає гуманізацію свідомості, мислення, підвищення їх регулюючої ролі в поведінці підприємців, забезпечення глибокого розуміння ними: глобальної єдності сучасного світу; важливості взаєморозуміння між усіма соціальними

верствами населення, рівності людей незалежно від раси, нації, статі, релігії; безумовної необхідності безпеки життєдіяльності людини; необхідності дбайливого ставлення до природи та бережливого використання природніх ресурсів.

7. Розроблено систему факторів соціально-гуманітарного розвитку підприємництва в регіонах, що має бути покладена в основу розробки стратегій соціально-гуманітарного розвитку підприємництва в регіонах і включає в себе: природньо-кліматичні, політичні, правові, інституційні, соціально-демографічні чинники. Метою такої стратегії є впровадження високих стандартів життя, що створює мотивацію для самовдосконалення та розвитку творчого потенціалу суспільства. Для цього необхідно сформувати ціннісні етичні настанови населенню регіонів на реалізацію економічно активної поведінки, самозабезпечення та дотримання трудової етики. Поряд з цим соціально-економічний розвиток в реаліях інтелектуалізації праці потребує розроблення економічних механізмів заохочення роботодавців до створення нових робочих місць, в нових галузях економіки, з належними умовами праці і поширення гнучких форм зайнятості.

Основні результати отримані в даному розділі представлені у роботах [242, 253, 255, 256].

РОЗДІЛ 2
СИНЕРГІЯ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ КРЕАТИВНОСТІ У РЕГІОНАЛЬНОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

2.1. Креативність як детермінанта трансформації продуктивних сил і конкурентоспроможності підприємств регіону.

В останні десятиліття в світі спостерігаються значні структурні трансформації, які створюють безліч переваг для розвитку як цілих економік, регіонів так й окремих підприємств. Посилення загроз, з одного боку, і використання можливостей, з іншого, створили динамічне і непередбачуване середовище, де компанії стикаються із серйозними перешкодами, що кидає їм виклик до змін й інновацій. Відомі на весь світ підприємці, такі як Стів Джобс з Apple Inc., Деббі Філдс з Mrs. Fields[1], Білл Гейтс з Microsoft, Фред Сміт з FedEx[2] та багато інших відкрили нові горизонти, демонструючи дух підприємництва, інновацій і креативності.

Саме креативність сьогодні є рушійною силою сучасної економіки, одним з ключових понять економічного розвитку і визначальним стимулом інтенсифікації роботи підприємства на основі людського капіталу. З наукової точки зору креативність розглядається як складне, багатопланове, неоднорідне явище, що виражається в різноманітті теоретико-праксеологічних напрямів дослідження. Розуміння цього є важливим чинником гуманістичного розвитку як окремої людини, так і суспільства в цілому.

Креативність (*лат.* creatio створення) це творча, новаторська діяльність [30]. Фундатором вивчення феномену креативності вважається англійський вчений XIX століття Ф. Гальтон, який займався дослідженням людських

[1] Mrs. Fields –американський франчайзер, що працює в індустрії снеків і легких закусок
[2] FedEx –американська компанія, що надає поштові, кур'єрські та інші послуги логістики по всьому світу

здібностей, їх розвитком та діагностикою. Креативність визначається як здатність особистості до варіативності, гнучкості, інноваційного, пластичного й оригінального мислення, що передує процесу творчої дії. Креативність не є вродженою характеристикою індивіда і може бути сформованою завдяки особливим умовам виховання та навчання (наприклад, свободі вибору, незалежності, автономії, самоствердженню). Абрахам Маслоу вказує на те, що креативність властива усім людям, однак втрачається більшістю під впливом процесу виховання, освіти і соціальної практики [167, с. 12].

Креативність в античній культурі мала дві форми: божественну (акт створення космосу) і людську (мистецтво, ремесло). В християнській культурі середніх віків розуміння креативності виражалося серез призму двох тенденцій:

1) теїстичної яка розвилась із давньоєврейської релігії, і була пов’язана з розумінням Бога як особистості, котра уявляє світ вільно, а не згідно якогось вічного зразку. Відповідно, креативність розглядалася як породження буття з небуття на основі вольового акту божественної особистості;

2) пантеїстичної що сягала своїми коріннями в античну філософію. Бог це добро в його завершеності, вічний самоспоглядальний розум, універсальна природа, а не воля, що сама себе робить зробленою [306].

У західній культурі креативність асоціювалася із обдарованою особистістю, котра була здатна естетично представити будь-який винахід. Згодом креативності індивідуума протиставили креативність окремої спільноти, що стало відносно новим явищем: основне зміщення відбулося у бік від індивідуального до соціального або колективного, що означає перехід від домінування високої культури у площину популярного і прийнятного способу життя. Таке перевизначення свідчить про так звану колективізацію або «масифікацію» соціальних процесів, яка мала місце у західних країнах в кінці XIX ст. на початок XX ст., запровадивши у вжиток терміни «масове суспільство», «масове виробництво» і «масова культура», тим самим

спричинивши можливість зникнення будь-якої автентичності чи самобутності [214, с. 8].

У результаті розвитку інформаційних і комунікаційних технологій відбувається виникнення масових комунікацій і мас-медіа. Відтак, крім естетики, до умов креативності почали відносити й інші елементи, а саме технологічну, комерційну та управлінську діяльність. Яскравими прикладами розвитку креативності на цьому етапі можуть послужити інтенсивні процеси макдональдизації [488, с. 51], тобто застосування принципів ефективності, калькуляції, передбачуваності і контролю, завдяки яким організація досягає домінування в різних сферах життя сучасного суспільства (макдональдизовані організації це ті підприємства, діяльність яких поставлена на потік), використання тематики діснейзейшн [341, с. 44], яка продукує нові можливості для розвитку локальної комерційної діяльності і власності на основі використання географічних та історичних образів, а також банальне поширення телебачення.

Початок нового тисячоліття, що супроводжується активізацією глобалізаційних процесів, надав нового сенсу тотальній масовості. Деякі фахівці вважають глобалізацію комунікаційною революцією, інші розглядають її як форму постмодернізму, треті асоціюють глобалізацію з універсалізацією, яка є поєднанням культури і цінностей різних народів. У зв’язку із цим на сучасному етапі креативність передбачає наявність: особистих навичок: здатність думати нелінійним шляхом і бути творчим; технічних навичок: це стосується народних ремесел та художніх промислів, які становлять основу матеріальної культури; соціального середовища: соціальна структура освіти і навчання, яка стимулює творчість і дорожить економікою, оскільки остання інвестує кошти у розвиток креативності.

Будучи комплексною концепцією, креативність тлумачиться по-різному, однак виражає можливість забезпечення безконфліктного, неантагоністичного шляху розвитку не лише конкретної особистості, а й підприємства, регіону чи будь-якої іншої спільноти в цілому (Табл. 2.1).

Таблиця 2.1.

Критична оцінка категорії «креативність»

	Дефініція	Критичний огляд
Креативність	це здатність продукувати нові й оригінальні ідеї на основі власних знань, таланту, дивергентного мислення, культурних цінностей, цивілізаційних основ кожного конкретного суспільства тощо [214, с. 7].	Креативність пов'язана з можливістю людей думати образно чи умовно та їх здатністю у спілкуванні звертатися до символічного чи афективного.
	це новітній термін, який окреслює творчі здібності індивіда, котрі характеризуються здатністю до продукування принципово нових ідей [186].	Креативність це не самоціль, а лише засіб для досягнення чогось конкретного.
	це діяльність людини, і створені нею цінності, які з фактів її особистого життя стають надбанням суспільства [241, с. 164-167].	Креативність носить психологічний характер: особистісний і процесуальний.

Джерело: розроблено автором.

Терміном «креативність» позначають процес створення чогось нового, продукт цього процесу, його суб’єкт, обставини, за яких має місце творчий процес, та чинники, які його обумовлюють. Процес створення чогось нового це послідовність творчих актів. Творчим актом вважають умовну одиницю, зручну для аналізу та вивчення механізмів креативності. Відповідно до Р. Стернберга [503], процес креативності можливий за умови наявності трьох інтелектуальних здібностей:

1) синтетичних бачити інакше й уникати звичного способу мислення;

2) аналітичних виявляти ідеї, які гідні подальшої розробки;

3) практичних уміння переконувати людей у цінності ідеї (інакше "продати" креативну ідею іншим).

Сукупність креативних здібностей включає три структурних компоненти: знання, уміння, навички, реалізовані в конкретній діяльності; психічні процеси: уява, мислення; емоції, відчуття.

Продукт креативності постає як побічний результат мислення, спрямованого на вирішення проблемних ситуацій чи завдань [190, с. 33-35]. Завдяки активності, що втілюється в продуктах креативності, людина виражає свій внутрішній світ, впливаючи і на зовнішнє середовище. Особистість суб’єкту характеризується здібностями, темпераментом, інтелектом, віком, характером людини тощо. Обставини й умови представляють собою фізичне оточення, колектив, стимулятори та бар'єри у креативній діяльності.

Американський психолог Х. Трік [512, с. 34-54] виділив чотири структурних елементи креативності: креативність як продукт ототожнено з продуктивністю мислення чи інтелекту; креативність як процес окреслює творчість мислення, його процесуальну характеристику; креативність як здібність пов’язана не лише з мисленням, а й з іншими підсистемами інтелекту; креативність як якість це головна риса високорозвиненої особистості.

Інший американський дослідник Дж. Гілфорд [388] запропонував розглядати креативність через призму таких її параметрів:

здатність до виявлення та постановки проблеми (визначаючи тип проблем, які потребують креативного мислення, М. Мумфорд [456] виділяє п'ять проблемних характеристик: 1) погано визначені; 2) незвичайні; 3) запитувані; 4) комплексні; і 5) придатні для застосування);

продуктивність здатність до продукування максимально великої кількості ідей;

гнучкість здатність висувати нові, неочікувані ідеї, що відрізняються від широкого загалу;

оригінальність здатність нестандартно реагувати на подразники;

рівень «розробки» ідеї, тобто продукування оригінальної ідеї або удосконалення існуючої, додаючи до неї деталі;

аналіз і синтез здатність розв’язувати задачі і вирішувати проблеми.

Креативність виражається на основі трьох базових принципів:

1. Принцип універсальності: кожна людина з народження володіє творчими здібностями.

2. Для самовираження необхідна свобода визначення власного відношення до ідеї, тобто свобода слідувати за своєю мрією чи фантазією.

3. З метою перетвення свободи в економічну діяльність, потрібні ринки і зв'язки, що дозволяє підприємцю або компанії здійснювати економічні операції.

Критична оцінка феномену креативності і його характеристик дозволяє виокремити дві позиції щодо розуміння природи креативності:

1) перший підхід розглядає креативність як діяльність спрямовану на створення нових суспільно значущих цінностей. Основну увагу приділяють критеріям об’єктивної новизни й оригінальності продуктів творчої діяльності;

2) другий підхід пов'язує креативність із самореалізацією людини та з розвитком мотивації її творчої діяльності. Критерієм творчості є її цінність особистість самої людини, а не тільки продукт креативної діяльності. Основною і центром креативності є сама особистість, суб’єкт, без якого неможлива творча діяльність.

З іншого боку, розрізняють конвергентний і дивергентний підходи [454]. Конвергентний підхід орієнтований на пошук єдиного рішення, використовуючи наявну і доступну інформацію. Дивергентний спрямований на створення багатьох творчих ідей в різних напрямках.

Креативність є невід'ємною рисою постіндустріальної економіки. Розвиток креативності як інструменту інновацій та економічного зростання заохочується науковцями, державами і підприємцями. М. Морріс та інші [453] використовують термін «креативна інтенсивність», щоб змалювати сукупний вплив ступеню і частоти креативності на індивідуальному, організаційному або суспільному рівнях. Індивідуальна креативність в межах підприємства сприяє його конкурентоспроможності та організаційним інноваціям, тоді як

креативність колективу або команди посилює переваги у майбутньому. Внесок креативності у сьогоднішні економіки робить її ключовим елементом для бізнесу, наукових і громадських починань.

У підприємницькому сенсі креативність можна вважати сполучною ланкою між інноваційною діяльністю та рентабельністю в грошовому і соціальному вимірах. Креативність має важливе значення для підприємців, тому що є першим етапом в процесі інноваційної діяльності або, іншими словами, попередником інновацій й успішної комерційної експлуатації ідей, забезпечуючи мотивацію для відкриття нових можливостей. Відтак, креативність це вміла трансформація креативних рішень в нові продукти, процеси або послуги [522], а інновації це успішна реалізація креативних ідей і їх прийняття різними зацікавленими сторонами на підприємстві [467].

У цьому відношенні Дж. Хоукінс всесвітньо відомий експерт у сфері креативності, запрошений професор Шанхайської школи креативності, член Консультаційної ради з креативної економіки ООН, очільник компанії BOP Consultants, котрий консультує уряди, глобальні корпорації і приватні особи, оскільки добре знає, як робити гроші з ідей, стверджує, що креативність це найбільш цікава і найбільш прибуткова галузь економіки [394, 395]. Дж. Хоукінс доводить просту, по суті, ідею: якщо спеціалісту дати свободу в прийнятті рішень, то результати стануть набагато цікавішими і більшими, аніж можна було б припустити.

У міру появи нових учасників на ринку, підприємці часто опираються на креативність у формі новизни, корисності і доречності. Можна стверджувати, що одним із перших завдань підприємця є демонстрація креативних здібностей через унікальну цінність пропозиції і запровадження нового продукту. Починаючи з цих перших проявів креативності, підприємці будують ефективні організації, які з метою виживання і розвитку регулярно продукують і трансформують ідеї у комерційно цінні форми.

Креативне мислення це must-have сучасного підприємця для створення нових ідей. Креативне мислення стало тим, що люди хочуть і можуть робити.

Дж. О'Коннор [463, 464] вказує на те, що креативність забезпечує здатність поєднувати, комунікувати і співпрацювати, що затребувано сучасними підприємцями і має життєво необхідне значення для потенційних працівників у сучасному мінливому світі. Продуценти зорієнтовані на виробництво таких продуктів, які відповідають очікуванням населення або, що більш важливо, породжують ці очікування; і креативність в такому випадку може бути дуже вигідною. Відповідно, постають дискусійні питання стосовно того:

по-перше, чи є людський капітал визначальним чинником економічного зростання. Підприємства, аби залишатися конкурентноспроможними, потребують не лише ефективного виробничого процесу, контролю витрат і відповідної технологічної бази, а й мотивованого персоналу і менеджменту, який розуміє, що таке креативний процес. На додаток до «креативності», людський капітал потребує навичок і таланту, підприємницької ініціативи, винахідливості і мотивації. Чим вищі резерви людського потенціалу, тим професійнішими знаннями, уміннями, здібностями, навичками володіють працівники, і тим швидше удосконалюється і продуктивніше використовується матеріальний чинник виробництва. Для того, аби людський капітал продукував зростання, необхідно, щоб фахівці визнали важливість креативності та інновацій в процесі сприяння сталому розвитку;

по-друге, як і де ж можна знайти людей з комерційною хваткою, які можуть управляти креативним духом, не пошкодивши його. Існує дві умови для ефективного управління креативним духом: програми промоутерів, які відкриті для творчості і які визнають, що креативність не знає соціальних бар'єрів, а різноманітність та участь займають центральне місце для конкурентоспроможності; здатність забезпечувати фізичну і взаємну підтримку для створення всеосяжного, колективного робочого середовища, в якому кожен може зробити більше і де можна краще використовувати знання інших людей; по-третє, які навички потрібні креативним підприємцям і як вони будуть розвиватися. Відтак, щоб бути успішним, креативний підприємець повинен розуміти і застосовувати креативність разом із

технологіями і бізнес-навичками, тобто поєднувати творчі і комерційні таланти. Інші вимоги включають: цікавість, уяву, впевненість в собі, сміливість, міжособистісні і мережеві навички, відчуття стилю, моди і дизайну, емоційний інтелект і гнучкість.

Відповіді на ці питання дозволили сформулювати ознаки, які вказують на креативного підприємця:

- підприємець дотримується правил і принципів тільки тоді, коли вони забезпечують додану вартість підприємству і мають потенціал залучати більше клієнтів;
- перший крок підприємця експериментування зі своїми ідеями; другий крок навчатися з власного досвіду і третій крок реалізація того, що він вивчив;
- ризиків він боїться менше і завжди прагне експериментувати в нових починаннях;
- підприємець вважає, що творчі ідеї можуть тільки допомогти підприємству;
- креативний мислитель буде черпати натхнення з нових ідей в кожній сфері прямо або опосередковано пов'язаних з підприємством;
- підприємець не боїться вийти за межі галузі чи на нові ринки, що відкриває широкий спектр можливостей для розробки нових ніш;
- кожен товар чи послуга не є ідальними і мають можливість для удосконалення; підприємець розуміє це дуже добре;
- креативний мислитель зацікавлений в поєднанні абсолютно протилежних речей з метою створення нових продуктів;
- підприємець створює нові товари для існуючих послуг і нові послуги для існуючих товарів;
- креативні ідеї виникають набагато швидше, якщо підприємець не боїться оцінити їх незалежно від того, хто з ними приходить;

- підприємець ділиться ідеєю і відкритий для зворотного зв'язку, який покращує і вдосконалює її;
- креативність з’являється в результаті вивчення різних речей, будь вони пов'язані з галуззю, в який функціонує підприємство, чи ні.

Вищеперелічені ознаки можна об’єднати в чотири основних групи:

1. Особисті якості: персональні атрибути допомагають підприємцям в різних формах. Оптимізм, бачення, самоконтроль, ініціативність, наполегливість, толерантність і стійкість це ті всі особливості, які допомагають креативному підприємцеві виділитися з-поміж інших і мати можливість маневрувати проектами.

2. Навички міжособистісного спілкування: підприємець повинен взаємодіяти з людьми на багатьох рівнях в динамічному бізнес-середовищі. Це вимагає від нього відмінних навичок міжособистісного спілкування, таких як комунікабельність, лідерство, мотивація, особисті відносини, навички ведення переговорів й етика.

3. Критичне мислення: підприємець має бути критиком сам для себе. Перед реалізацією ідеї, її спочатку треба вивчити з різних точок зору й удосконалити наскільки це можливо. Чимало зусиль можна зберегти у майбутньому, якщо ідею критично проаналізувати. Ніхто інший не може зробити цього краще, аніж сам підприємець.

4. Практичні навички, які необхідні на етапі реалізації ідеї й управління підприємством. Підприємець має бути спроможний планувати й організовувати цілі і завдання, ефективно приймати рішення та здійснювати критичний контроль на різних етапах процесу.

Ці індикатори свідчать про те, що підприємництво і креативність йдуть рука в руку один з одним. Дійсно, між креативним мисленням та ефективністю роботи підприємства існує прямий зв’язок. Креативний підхід допомагає у вирішенні організаційних проблем, заохочує впровадження інноваційних рішень, сприяє ефективній роботі в команді. Креативність є важливим елементом в маркетингу та розробці глобальної стратегії підприємства. У

зв’язку з безперервним потоком ідей та створенням нових товарів і послуг в концепції раціоналізації функціонування організації формується додаткова конкурентна перевага [153]. Ментальний креативний процес стимулює створення нових ідей, які перебувають в тісному зв’язку з існуючими концепціями, а самі підприємці стають гнучкішими і більше домагаються поліпшень, аніж прагнуть досконалості.

Краще розуміння креативного процесу можуть забезпечити його базові структурні елементи:

1. Підготовка: зачіпка за деякі базові ідеї. На цьому етапі спостерігається натхнення, котре «змушує» або «готує» підприємця рухатися вперед. Креативний процес починається з ідентифікації проблеми і пошуку додаткової інформації. Робиться спроба пошуку життєздатного рішення. Підприємець вирішує проблему з різних точок зору, будь-то всередині галузі або за її межами.

2. «Думати нетрадиційно» (Thinking outside the box): вийти за межі зони комфорту і прийняти на себе ризики. Вираз «думати нетрадиційно» використовується в області маркетингу, бізнесу та психології, починаючи з 1970-х років. Він зобов'язаний своїм походженням грі «дев'ять точок», яка застосовувалася в якості критерію креативності. Головоломка була розроблена таким чином, що людина нмала вийти за межі точок, аби знайти правильне рішення. Однак, психологи кажуть, що цей «зовнішній» чинник насправді не є зовнішнім; це просто існуюче рішення проблеми. «Зовнішній» характер полягає лише в тому, що людський мозок має тенденцію його сприймати.

3. Креативність поєднує непоєднувані речі: найпростіший підхід до креативного мислення може включати копіювання різних елементів, їхню трансформацію й об'єднання. Це відбувається на основі застосування звичайних інструментів мислення до існуючих матеріалів.

4. Інкубація: на цій стадії ідеї, які мають потенціал для вирішення проблеми, як правило, процвітають. Даний етап характеризується несвідомим розумовим процесом уточнення ідеї, проте основна мета полягає в тому, щоб

знайти рішення. Оцінка існуючих проектів може допомогти генерувати життєздатні ідеї. Деякі дослідники повторну креативність також відносять до креативності, оскільки вона заснована на існуючих, але інноваційно модифікованих, концепціях.

5. Висвітлення: інкубація призводить до ясності ідей. Це стадія знаходження рішення. На даному етапі креативний процес веде до пізнання деяких практичних ідей, які можуть використовуватися в підприємницькій діяльності.

6. Верифікація: ця стадія визначає, чи знайдене рішення потенційно є життєздатним чи ні. Ідея може бути або прийнята, як модифікована з невеликими чи серйозними змінами, або відхилена, вимагаючи повторного процесу.

7. Критичне мислення: генерування інноваційних ідей є порівняно легким завданням. Основний успіх підприємницької діяльності полягає в критичному аналізі життєздатності ідеї. Критичне мислення дозволяє підприємцю здійснити самосуд для оцінки ідеї, оскільки трактується як самонаправлений, самодисциплінований, самоконтрольний і самостійно коригуючий процес.

Критичне мислення забезпечує підприємцю безліч конкурентних переваг, а саме:

- допомагає сформулювати найкращу ідею;
- дозволяє досліджувати нові горизонти;
- дозволяє оцінювати і ставити питання, які не були розглянуті раніше;
- допомагає в прийнятті рішучих дій.

Таким чином, процес креативного мислення, який починається з мозкового штурму, закінчується критичним аналізом життєздатності ідеї.

Втім, з еволюційної точки зору Д. Кемпбелла [345] креативний процес поділяється лише на три складові:

1) дисперсія: генерування багатьох ідей за допомогою мозкового штурму, спалахів осяяння тощо;
2) відбір: прийняття рішення, які ідеї можна сприймати як реальні можливості;
3) збереження: здатність увічнити ідею.

Ці три стадії креативного процесу можуть бути ідентифіковані всередині кожної організації, яка перетворює креативні ідеї в ринкові інновації. Важливо визнати, що граничне значення компетентності на всіх трьох етапах відіграє вирішальну роль для валової продуктивності.

У бізнесі теоретично всі дії мають відповідати нормам, які несуть незначні ризики. Однак, підприємництво не може процвітати за «нормами» і потребує чогось зовсім нового. Креативність стимулює інновації, що, у свою чергу, так чи інакше покращує бізнес в цілому, посилюючи конкуренцію на ринку. Утім, іноді досягнути креативності не так вже і легко. Підприємець не може покладатися на випадкові сплески для досягнення професійної величі. Тим не менш, є певні способи, які можуть навчити бізнесмена мислити креативно, регулярно, форсувати цей процес і зробити його більш ефективним.

Основна увага креативного процесу обертається навколо проблеми і побудови рішення для неї. На думки, яких раніше не було, наводить вільне мислення, що є основою для створення більш сучасних і прибуткових бізнес-практик. Креативний підприємець вільно мислить, проте зосереджується на головному питанні, відповідь на яке намагається знайти; на продукті, який прагне розробити; або на сфері, яку хоче покращити (Рис. 2.1).

Креативний потенціал як цілісна якість людини є соціальним за своєю сутністю, оскільки виникає в процесі соціалізації та проявляється у творчій активності особистості. Звідси, підготовленість до стабільної креативної діяльності опирається на творчу активність свідомості, яка є орієнтованою на пізнання та перетворення світу.

Внаслідок інтенсивних економічних змін, пов’язаних із переорієнтацією на ринкові відносини багатьох країн світу, відкриттям кордонів, прискореним

розвитком окремих сфер економіки та гуманізації суспільства потреба у кваліфікованих кадрах нового типу, які вміють ефективно і творчо розв’язувати поставленні завдання, неухильно зростає.

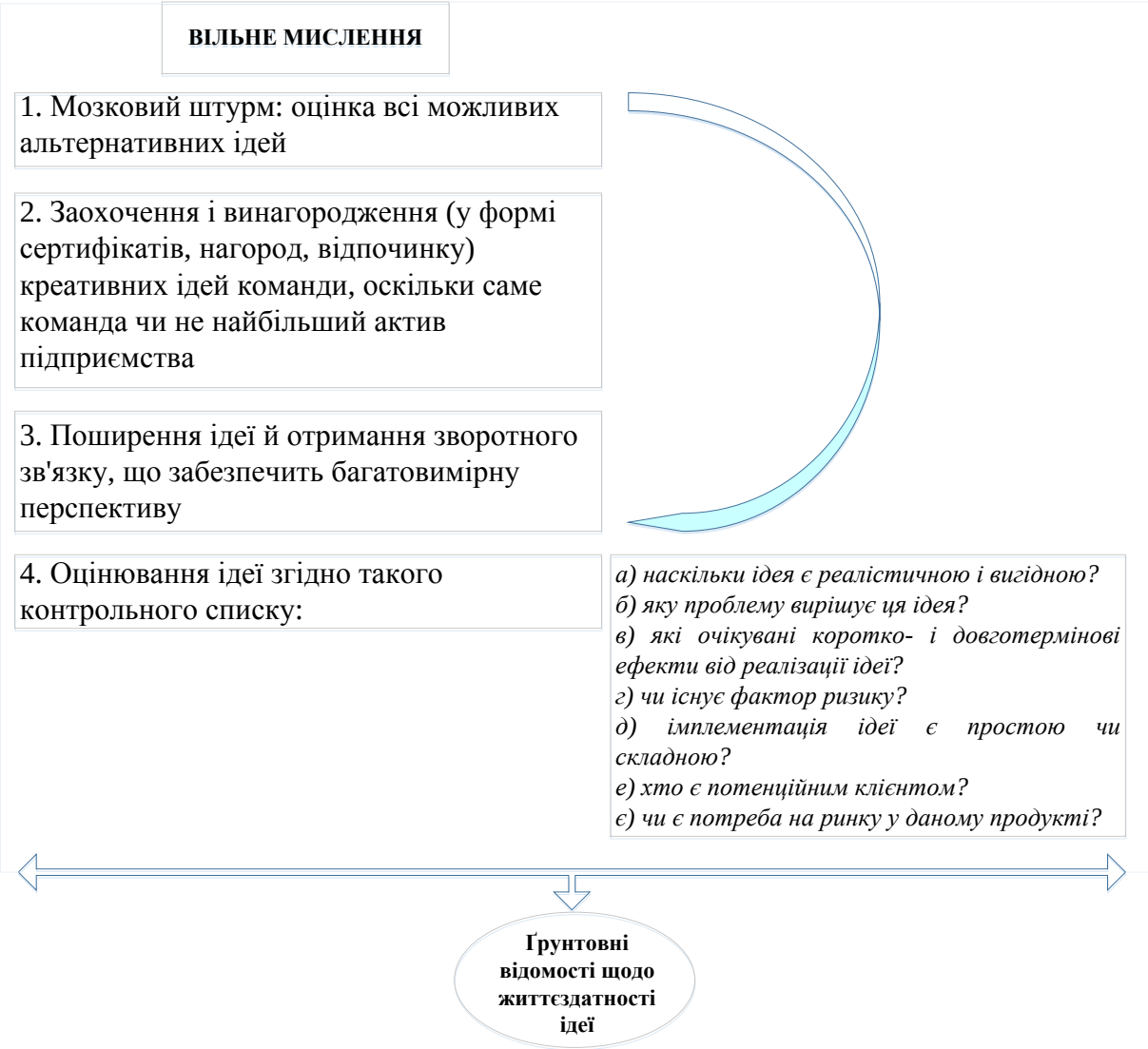


Рис. 2.1. Процес генерування ідеї

Джерело: розроблено автором.

Дослідження, проведені західними спеціалістами, підтверджують, що у період різкого загострення конкуренції на світових ринках, розширення масштабів технічних, технологічних, організаційних та інших нововведень, конкурентних переваг набувають ті підприємства, керівництво та працівники яких можуть швидше критично оцінити стан справ, ліквідувати старі

стереотипи у виробництві, розробити стратегію змін у своїй організації, сформувати нові орієнтири діяльності та самовдосконалення.

Люди − найцінніший ресурс підприємства, головне джерело продуктивності, що визначає стратегічний успіх підприємства, є основою забезпечення його конкурентних переваг. Це обумовлює практичне посилення уваги до активізації людського фактору та використання фізичного, психологічного й емоційного потенціалу працівників, їх виконавчих, творчих й організаційних здібностей.

Соціуму, і передусім роботодавцям, потрібні фахівці, які здатні практично вирішувати професійні проблеми. При цьому враховуються основні постулати сучасних концепцій управління:

– соціальні інновації мають таке ж важливе значення, як і технологічні, а тому капітал інвестують не лише в технології, а й у підвищення кваліфікації та навчання персоналу. Креативна орієнтація запроваджена в усі аспекти освіти з метою підготовки таких спеціалістів, попит на яких формується на сучасному ринку праці. Так, стратегії, які в даний час застосовуються в Сінгапурі для розвитку людського капіталу, включають в себе освіту, навчання і промоцію креативного потенціалу з метою забезпечення поступового розвитку креативності всієї системи освіти;
– координація активності співробітників забезпечується через засоби комунікації та взаєморозуміння; проблеми вирішуються спільними зусиллями колективу; відбувається сприяння корпоративному стилю роботи;
– постійна націленість персоналу на пошук нових, нестандартних рішень поставлених завдань (виробничих, маркетингових, технологічних, організаційних, економічних тощо).

Активізація творчих можливостей і потенціалу людини забезпечує повноцінну соціальну реалізацію кожної особистості. Вважається, що лише креативні люди ті особи, які мислять дивергентно, тобто відкриті до нового

досвіду одночасно за різними напрямами, не підпорядковуючись єдиній логіці можуть вивести власне підприємство в лідери [2]. Вагоме начення в розкритті і розширенні креативних можливостей працівника мають його уява, інтуїція, неусвідомлювані компоненти розумової активності, а також потреба в самоактуалізації.

Численні дослідження показують, що креативні досягнення залежать не лише від особистісних здібностей, але й, більшою мірою, від бажань, що порушують звички, стереотипи і моделі поведінки в повсякденному житті, та від здатності оцінювати завдання чи проблему під різним кутом [152].

Разом з тим, деякі підприємства можуть стикатися з проблемою нестачі креативності. Незважаючи на важливість індивідуального креативного потенціалу, багато підприємств зазнали невдач в забезпеченні відповідної атмосфери його розвитку. Середовище, в якому функціонують організації, може не створювати умов для попиту на креативність, наприклад, відсутність серйозної конкуренції на ринку або значна політична і фінансова підтримка підприємства державою. У. Байгрейв і Е. Закеракіс [343] виділяють десять найважливіших факторів, які перешкоджають креативній діяльності підприємств і регіонів:

1. Відсутність культурного підґрунтя для підтримки інновацій.
2. Брак інтелектуальної власності на підприємстві.
3. Відсутність процесу, який зрозумілий всім співробітникам.
4. Відсутність розподілу ресурсів.
5. Невідповідність між стратегіями і проектами організації.
6. Нестача часу для планування.
7. Брак диференціації у понятті «інновації».
8. Нестача підготовки та провідних інноваційних команд.
9. Відсутність інструментів і критеріїв для вимірювання прогресу.
10. Відсутність системи управління ідеєю.

Менеджери, свідомо чи ні, але використовують людські ресурси неефективно. Тому для промоції креативної діяльності підприємства необхідно брати до уваги такі передумови:

1. Робоча атмосфера має сприяти спільній/командній роботі, оскільки креативні ідеї генеруються кожним співробітником.

2. Обов’язки, покладені на працівника, мають відповідати не лише його освіті, кваліфікації і навичкам, а й інтересам і характеру.

3. Ясність обов’язків, ролей і завдань працівників.

4. Стимулювання творчості, самостійності, відповідальності.

5. Вибір потрібних людей для вирішення конкретних проблем, наголошення на їх особливій ролі та місці в організації.

6. Конструктивна критика працівника.

7. Стиль керівництва, який має бути направлений на самореалізацію працівників та розвиток впевненості у собі.

8. Підтримка оточення, тобто формування позитивного психологічного клімату для креативності в компанії та оцінка творчих ініціатив працівника керівництвом.

Підсумовуючи вищевказане, на рис. 2.2 ми зобразили сутність, місце і значення креативності у підприємництві.

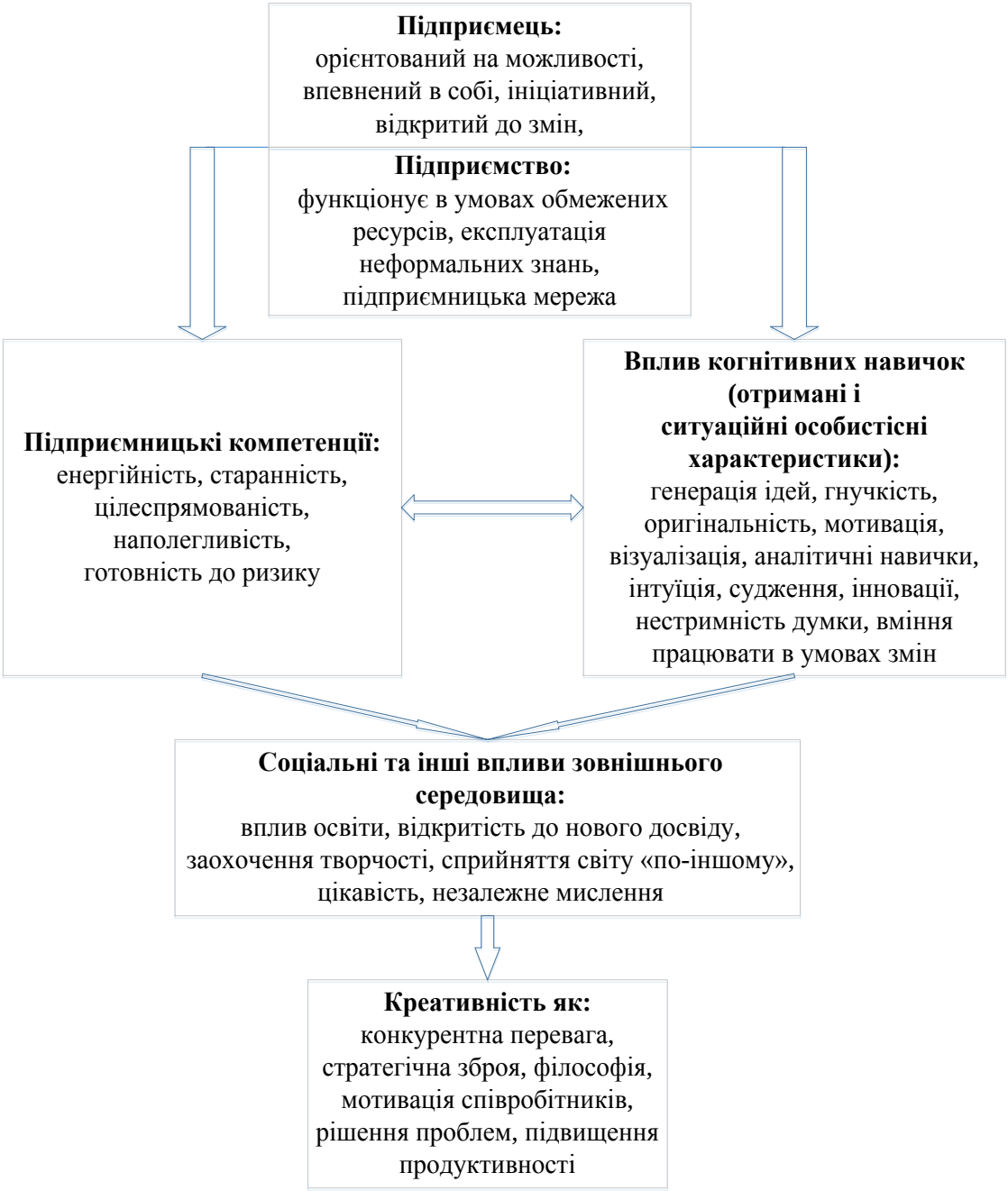


Рис. 2.2. Сутність і значення креативніості у підприємництві

Джерело: розроблено автором.

В умовах сьогодення комерційний успіх організації залежить насамперед від здатності підприємців забезпечити баланс між креативністю та ефективністю. На відміну від традиційних підходів управління персоналом, керівники сучасних підприємств активізовують інноваційну поведінку персоналу та намагаються створювати умови для професійного і творчого розвитку, а також застосовувати прогресивні підходи до мотивації. У цьому

контексті розрізняють три типи ролей, які можуть приймати на себе лідери креативно конкурентоспроможних підприємств в різні моменти:

1) дослідник: це позиція, яка найбільше наближена до управлінського стилю прийняття рішень, і яку можна спостерігати на підприємствах, орієнтованих на ефективність, за винятком однієї істотної різниці. Дослідник управляє «спочатку» не шляхом окреслення напрямів, а задаючи стратегічно цілеспрямовані питання, що ставить підприємство в умови пошуково-розвідувального квесту. Якщо вони виявляться успішними, то забезпечать велику цінність.

2) садівник створює умови, в яких креативність процвітає. Такий тип управління «з кінця» вимагає продуманості і ретельного інвестування. Плекаючи нові можливості, забезпечуючи простір й інструменти, які стимулюють креативність і співпрацю, а також захищаючи інновації від ефективно-орієнтованої поведінки організаційного ядра, садівник звільняє креативний потенціал підприємства. Скотт Кук, засновник і голова Intuit Inc.[3], провів чимало часу, допомагаючи його організації розробити суворі методи для креативних експериментів. Він найняв нові таланти, в тому числі неоднозначних людей з великим творчим досвідом, для розробки кодексу практикування співробітниками інноваційних експериментів і спонсорував експерименти на ринках Intuit (наприклад, в країнах, що розвиваються) з метою створення можливостей для швидкого навчання. Це все ті аспекти, які вимагають планування і передбачливості успішного «садівника»;

3) остаточною і найбільш складною є роль гравця-тренера. Цей тип лідерства «з боку» вимагає багато впевненості в собі. Лідери повинні брати участь в інноваційному процесі без домінування над ним. Робота гравця-тренера полягає у передбаченні перешкод, яких команда може не очікувати, підштовхуванні і направленні експерементальних циклів, необхідних для реалізації ідей в житті. У той час, як садівник може підготувати ґрунт

[3] Intuit Inc. — американська компанія, виробник бухгалтерського програмного забезпечення, яке широко використовується малим бізнесом та приватними особами

заздалегідь, гравець-тренер повинен бути «на полі», працюючи з командою, поки вона розвиває свої ідеї. Для цього потрібна всебічна взаємодія з ідеями і знаннями підприємства. Так, уроки, отримані при співзаснуванні першого підприємства Нейлом Ґриммером, засновником і генеральним директором компанії здорового харчування *Habit*, були використані в успішному розвитку іншого. Для запровадження нового продукту, замість особистого виконання ролі лідера-розробника, він опирався на талановиту крос-функціональну команду. Як гравець-тренер, Нейл Ґриммер висвітлював власні ідеї та погляди на бізнес і проект задоволення вимог клієнта, а учасники команди самостійно робили свою справу.

З огляду на важливість креативності для бізнес-діяльності, усі підприємства поділяють на чотири види [312]:

1. Інноваційно-креативні підприємства це організації, котрі приділяють велику увагу змінам і розвитку середовища, в якому функціонують, та характеризуються високим рівнем креативності.

2. Консервативно-традиційні підприємства це організації, котрі, на відміну від інноваційно-креативних підприємств, доволі слабкі, щоб звертати увагу на події і зміни у зовнішньому середовищі, а відтак мають низький рівень креативності.

3. Підприємства, які враховують події і зміни у зовнішньому середовищі, але не достатньо креативні, щоб відповідати їм. Тому вони просто наслідують і використовують конкурентні інновації.

4. Дуже креативні підприємства, які не беруть до уваги змін і розвитку зовнішнього середовища. Вони висувають теоретичні концепції, але, не маючи практичних навиків, не застосовують їх.

Створене креативне середовище, з одного боку, є основою реалізації і розвитку інноваційного і творчого способу мислення, а з іншого − саме зазнає трансформації через вплив творчого мислення, яке відображає динамічні зміни у соціально-економічній, інституційній та організаційній сферах підприємства. Синтез постійного використання новацій і креативний підхід до

вирішення управлінських проблем стає дієвою та ефективною інноваційною стратегією розвитку як для підприємства й окремого працівника, так і для держави загалом. Креативний підхід в управлінні та мисленні керівників і працівників підприємства перетворюються у стабілізуючий елемент конкурентоспроможності організації.

Таким чином відбувається перехід від операційної до креативної конкурентоспроможності. Існуючі методи управління потребують оновлення, а саме те, як підприємства влаштовані і струкутровані, як вони взаємодіють і співпрацюють із більшими мережами, які інструменти і технології застосовують, на які ринки націлені, кого наймають і як використовують капітал. Саме тип управління і культури, який створюється на основі цього, є основною відправною точкою. Коли метою підприємницької діяльності є ефективність, концепція управління включає забезпечення стандартизації, високий рівень координації і ретельної оцінки ризику. Коли ж підходити до підприємництва креативно, управління виглядає зовсім інакше: воно зосереджується на швидкості навчання і суворого експериментування. Креативна конкурентоспроможність організації повязана, перш за все, з цікавістю. Уміння ставити правильні питання є набагато важливішими (і складнішими), аніж отримання правильних відповідей.

В результаті можна вести мову про «підприємницьку креативність» як генерацію і реалізацію відповідних ідей для створення новітньої форми підприємництва. Підприємницька креативність спостерігається протягом всього життєвого циклу конкретного бізнесу, оскільки її генерують окремі особи, які приймають рішення. Підприємницька креативність потребує об’єднання внутрішньої і частково зовнішньої мотивації, тобто мотиваційної синергії, яка виникає тоді, коли потужна зацікавленість й участь особи в процесі у поєднанні з компетентністю забезпечує майбутні досягнення. Концептуальні основи формування підприємницької креативності зображено на рис. 2.3.

У цілому, вважається, що креативність це прерогатива малих підприємств як спосіб подолання бар'єрів з точки зору альтернативних і менших витрат щодо вирішення проблем, а тому потенційно є більш кориснішою. Багато з цих організацій мають фахівців із спеціальними навичками, але не мають досвіду або часу для розробки майбутніх стратегій, як це відбувається на великих підприємствах. Таким чином, організація може генерувати багато ідей, але чітко не розуміти, яку з них реалізовувати. В якості альтернативи таке підприємство може демонструвати блискуче оперативне виконання, але мати незначний креативний потенціал, щоб ініціювати сам процес.

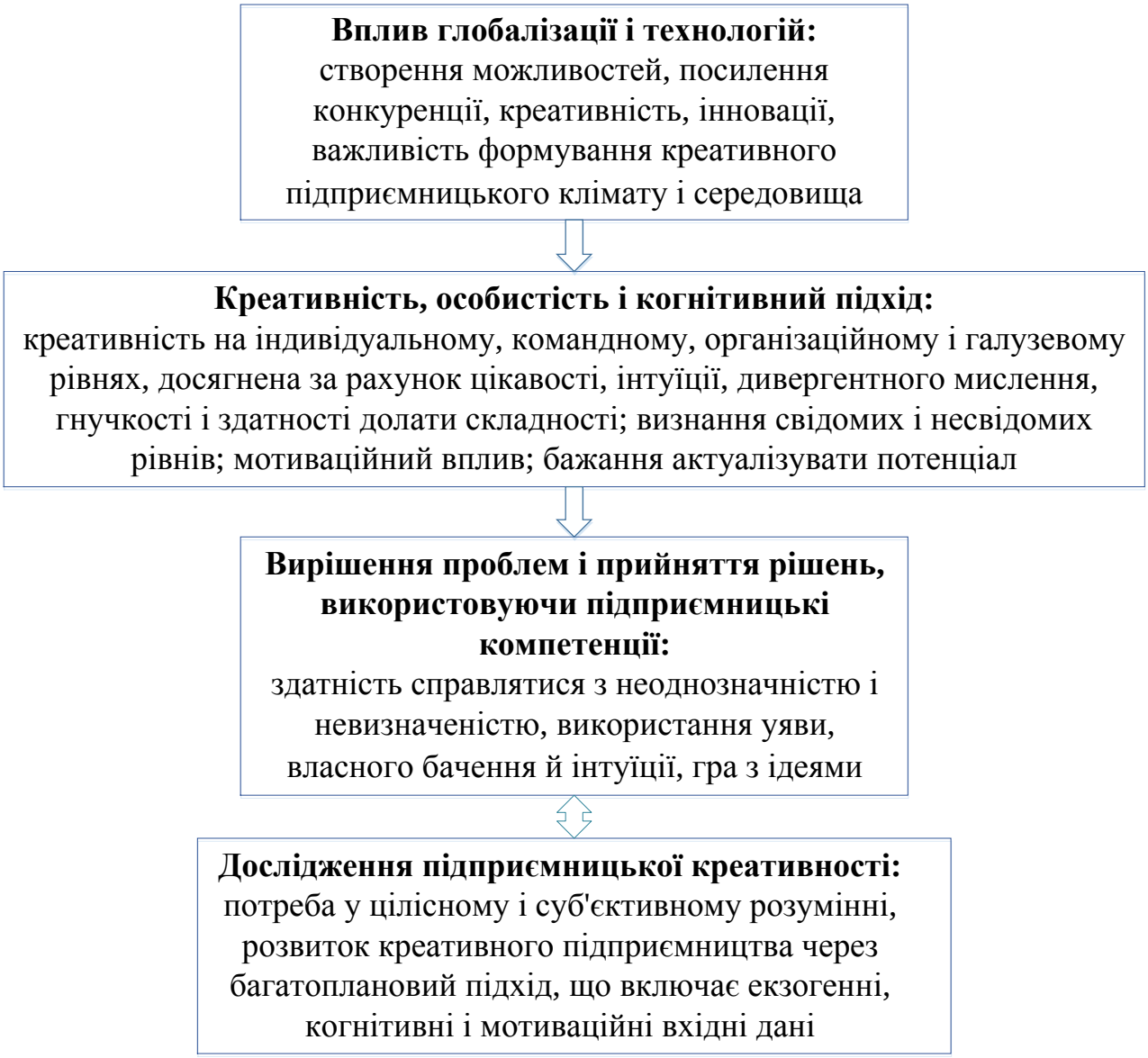


Рис. 2.3. Концептуалізація дослідження підприємницької креативності

Джерело: розроблено автором.

У той час, як креативність є лише першою з багатьох нових практик, необхідних креативно конкуруючим організаціям, це та єдина, від якої залежать всі інші. Ніщо інше не вимкне двигун інновацій швидше, аніж лідери, які створюють і реалізують нові ідеї, немов ефективно-орієнтований обов'язок.

2.2. Креативні індустрії, як прояв соціально-гуманітарного розвитку підприємництва: економічний зміст і функціональна спрямованість.

Правильне поєднання креативності із бізнесом, наукою, культурою та технологічною діяльністю, а також поширення масової комунікації, створило новий феномен креативні індустрії, які часто називають «галузями майбутнього».

Концепція креативних індустрій є відносно новою, незважаючи на значну кількість досліджень у цій сфері. Аби краще зрозуміти шлях, пройдений креативними індустріями в процесі їх розвитку, необхідно озирнутися на минуле. Багато-хто вважає, що креативні індустрії стали розвиватися лише в кінці 1990-х років, однак низка авторів (І. Скавронська [499, с. 32], Т. Галахова [41, с. 10]) вважають, що креативні індустрії у своєму розвитку пройшли декілька етапів:

1. Доіндустріальний період (до 1750-их рр.), коли необхідно звернутися до древніх культур. Мислителі Древньої Греції, Древнього Китаю і Стародавньої Індії не застосовували термінів, які відповідали б сучасним поняттям «творити» або «творець», за винятком виразу *«poiein»* (зробити), який застосовувався виключно до *poiesis* (поезії) і до *poietes* (поетів) [311]. Термін «креативність» виник в Західній культурі через християнство, як

справа божественного натхнення. Ранньою західною концепцією креативності була біблійна історія створення в книзі Буття. Тим не менш, це не креативність в сучасному розумінні цього слова.

На цьому етапі розвиток і дистрибуція креативності в Європі відбувалися між академіями образотворчого мистецтва і громадськими художніми школами. В доіндустріальний період надавався безкоштовний або практично вільний доступ до так званої «геніальної» освіти, загальних дискурсів і бібліотек, які допомагали висловити творчий потенціал людини. Часто залучалися художники із-за кордону, що сприяло розквіту «другорядних мистецтв», таких як виготовлення текстильної продукції і розкішних столярних виробів.

Даний період відомий як «кустарне виробництво» або Аграрна революція, оскільки джерелом багатства була власність на землю. Однак, вже протягом цього періоду простежуються риси індустріального виробництва такі, як серійність. Наприклад, в XVII столітті, щоб задовольнити зростаючий попит на картини, Пітер Пауль Рубенс (1577-1640) створив велику майстерню, де учні працювали за його ескізами, а художник в кінці додавав лише деякі авторські штрихи.

2. Індустріальний період (1750-1950-ті рр.) характеризувався переходом від кустарного виробництва (ручної роботи) до фабричної системи і важливих технологічних інновацій. Саме тому цей етап називають Індустріальною революцією. Джерело багатства або капіталу переходить від власності на землю до власності на матеріальні цінності. Саме до цього періоду належить поняття креативних індустрій. Економіст і теоретик мистецтва П'єр Луїджі Сакко пов'язує їх появу з Індустріальною революцією на рубежі XIX і XX століть. Індустріальна революція стала кульмінацією низки технічних удосконалень в текстильній промисловості, з’явилися нові засоби комунікації, такі як радіо, запис звуку, фотографія, винайдено кінокамеру, що стимулювало розвиток кінематографії, вдосконалені технології друку, що розширило доступ до культури і вплинуло на процеси творчості.

Нова парадигма в основному стосувалася лібералізації практичної людської креативності. Саме креативність, з точки зору інновацій, мала значний вплив на зміну рівня і якості життя населення та забезпечувала вирішення численних проблем.

3. Постіндустріальний період (з 1960-х років до теперішнього часу) відомий як цифрове століття або Цифрова революція: інформація, послуги і передові технології стали основними елементами постіндустріального суспільства, яке характеризується переходом від виробництва товарів до створення послуг. Джерело багатства і капіталу переходить від права власності на матеріальні активи до права власності на нематеріальні одиниці. Спостерігається підвищена увага до наслідків застосування нових технологій і гостра необхідність у вищих навчальних закладах. Таким чином, креативним елементом може бути як нематеріальний об'єкт (ідея, наукова теорія, музична композиція тощо), так і матеріальний картина, скульптура тощо. Специфічною рисою цього етапу є посилена залежність креативних індустрій від новітніх технологій. Якщо в 1950-і рр. найприбутковішими компаніями світу були «Ford», «Standart Oil» і «General Electric», то в 2000-ті рр. це «Time Warner», «Disney», «News Corporation» і «Microsoft» компанії, пов’язані з кіновиробництвом, мас-медіа та інформаційними технологіями.

Зараз спостерігається перехід до нових форм креативних індустрій: в них зникає чіткий розподіл на виробників і споживачів контенту. Креативні індустрії вважаються попередниками нових, динамічних форм економічної діяльності. На відміну від традиційних секторів економіки, креативні індустрії характеризуються низькою капіталоємністю, що, в поєднанні з неоднорідністю ринку, створює низькі бар’єри для входу на ринок і стимулює стартапи. Здатність креативних індустрій створювати стиль і розробляти дизайн в поєднанні з навичками маркетингу допомагає трансформувати виробництва, дозволяючи їм витримувати конкуренцію, яка стає все глобальнішою. Саме тому взаємозв'язок між культурою і підприємництвом в XXI столітті визнаний основним джерелом економічного зростання і

конкурентоспроможності. У міру переходу від індустріального суспільства до постіндустріального творчий підхід до вирішення завдань стає важливим фактором забезпечення конкурентних переваг.

Вперше термін «креативні індустрії» застосував уряд Австралії у звіті «Креативна нація», який був опублікований у 1994 р. Однак, першою країною, яка отримала досвід позитивного впливу взаємодії креативності і бізнес-діяльності, стала Велика Британія. За словами Міністра культури, ЗМІ і спорту Великобританії Джона Віттінгдейла (з 2015 р.), креативний сектор Британії можна вважати уособленням успіху. Саме тому уряд має намір зробити все від нього залежне, щоб створити умови для подальшого розвитку цього «фантастичного сектору». Відтак, Великобританія стала першою країною, яка заявила про підтримку креативних індустрій на державному рівні. Її досвід застосували й інші європейські країни, і вже сьогодні ним охоплено практично всі розвинені країни Європи, Америки та Південно-Східної Азії. В останні роки в цій сфері успішно проявили себе Китай, країни Прибалтики та Латинської Америки.

Розуміння креативних індустрій як соціального, економічного і політичного явища створює підґрунтя для їх повноцінного визначення. Під креативними індустріями розуміють спектр господарської діяльності, що стосується виробництва й експлуатації знань та інформації. Однак, повною мірою сутність креативних індустрій розкривається британським Департаментом культури, медіа та спорту, який у 1998 р. запропонував розглядати креативні індустрії як ті галузі економіки, котрі ґрунтуються на індивідуальній творчості, майстерності і таланті, що мають потенціал для створення доданої вартості і нових робочих місць шляхом генерування, виробництва та експлуатації продуктів інтелектуальної власності [447]. Цю дефініцію широко прийняли й інші країни світу, відтак її визнано офіційним визначенням.

Академічне середовище використовує інші підстави конструювання визначення креативних індустрій. Так, Дж. О'Коннор виходить не зі змісту

продукту, а зі специфіки джерела цінності продукту й особливостей його споживання: це щось нове; продукт, про який у споживачів відсутні первинні знання або досвід, а споживча цінність визначається тим змістом, якого продукт набуває в соціальних мережах конкретного споживача [463, с. 389]. Близьким до позиції О'Коннора є визначення Е. Пратта, яке охоплює культурні продукти (виконавче мистецтво, витончене мистецтво і літературу) та їх поширення, те, що, зазвичай, називають масовою культурою (книги, журнали, газети, кіно, радіо, телебачення, записи на дисках або касетах), і, нарешті, послуги, які пов'язують разом різні форми мистецтва, наприклад, реклама. Таке визначення підкреслює комплексність результатів діяльності культурного виробництва, співіснування товару і послуги з відповідною різницею в поведінці споживача, менеджменті та маркетингу [480].

Дж. О'Коннор, будучи прихильником колективної креативності, не обмежує її різними івентами, фестивалями, перфомансами й участю в соціальних і волонтерських проектах, спрямованих на відкладений результат і вирішення соціальних проблем, включаючи і просьюмерізм [464, с. 397 400]. Таке розуміння розширено трактує креативність в цілому і креативні індустрії зокрема. Крім того, воно перетворює дискурс креативних індустрій в дискурс інновацій, який втілюється у визначенні продуктів креативних індустрій як, перш за все, нових зразків, стандартів і цінностей в певних сферах.

Креативні індустрії охоплюють повний цикл від появи ідеї (створення креативних замислів і проектів) і реалізації задуму, до виробництва (створення придатних для комерційної реалізації продуктів), розподілу та перерозподілу товарів та послуг (циркуляція продуктів шляхом трансляцій, записів, кінопоказів тощо), заснованих на інтелектуальному капіталі.

У світі спостерігається факт розповсюдження неоднакового найменування креативних індустрій у різних регіонах. Поряд із загальновживаним терміном «креативні індустрії» співіснують й інші його варіації:

в США це індустрія розваг і медіа, або копірайтингова індустрія, оскільки таким терміном позначається як аматорський, так і професійний бізнес, що пов'язаний лише з продукуванням і розповсюдженням мистецтва [353, с. 366];

в Китаї і таких країнах-членах Європейського Союзу, як Бельгія, Італія, Люксембург, Нідерланди, Франція, ФРН, Греція, Іспанія, Португалія, Австрія, Естонія, Латвія, Литва, Мальта, Польща, Словаччина, Словенія, Чехія, Болгарія, Румунія, Хорватія, Угорщина культурні і креативні індустрії;

в Скандинавських країнах (Швеція, Данія, Норвегія,Фінландія) індустрії досвіду, культурні індустрії, креативна культура і креативні індустрії, економіка культури і досвіду;

в Австралії, Новій Зеландії і Великобританії креативні індустрії. Британський стратегічний документ «Staying Ahead» робить акцент на бізнес-моделі креативних індустрій, суттю якої є успішна комерціалізація тієї чи іншої ідеї, що містить виразну (*expressive*) цінність, яка визначається як додаток до наявних знань або емоційного досвіду індивіда, незалежно від того, виражена ця цінність в новій комп'ютерній грі, новій інтерпретації класики в театральній постановці чи дизайні автомобіля [502].

Спільним у всіх назвах креативних індустрій є те, що вони передбачають діяльність, що заснована на поєднанні і взаємопроникненні творчого і комерційного начал, культури й економіки, підприємництва та мистецтва.

Характерною особливістю академічного дискурсу креативних індустрій є спроби розрізнити культурні та креативні індустрії. Базуючись на кластеризованому трактуванні креативних індустрій (cultural and creative industries CCIs), країни ЄС до культурного сектору включають індустріальний підсектор (продукція зорієнтована на масове відтворення та споживання, включаючи експорт) та неіндустріальний підсектор (продукція споживається в момент відтворення і не може експортуватися). Вироби культурного змісту, володіють атрибутами, що відповідають «культурному вираженню» безвідносно до комерційної цінності, яку вони можуть представляти. Термін

«культурні індустрії» підкреслює культурну спадщину Європи та елементи її творчої діяльності, які ґрунтуються на традиціях і мистецтві. Креативні індустрії це галузі, що створюють функціональні речі з культурним виміром: архітектура і дизайн, включаючи графічний дизайн, дизайн для модної індустрії і реклама [387, с. 5-6]. Поняття «креативні індустрії» робить акцент на індивідуальному творчому таланті й інноваціях, а також експлуатації інтелектуальної власності.

Незважаючи на те, що принципової різниці між ними немає, чітку відмінність пояснює Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО): до культурних індустрій відносяться ті галузі, в яких здійснюється виробнича та комерційна діяльність творчого змісту, що має нематеріальний та культурний характер, наприклад, кінематограф, а креативні індустрії представляють ширший спектр творчої діяльності, в якому культурні індустрії є складовим елементом [514].

Ніщо в світовій практиці не вказує на необхідність єдиного «правильного» розуміння терміну «креативні індустрії» для продуктивного розвитку однієї або декількох галузей. Смисловим ядром і креативних, і культурних індустрій є здатність людини виробляти якісь нові смисли й об'єкти, які приносять дохід завдяки новизні і символічній складовій.

У фаховій літературі представлено чимало моделей, які визначають структуру креативних індустрій і ті сфери діяльності, що відносяться до креативних. Кожна з моделей виражає основну мету та методи управління розвитком креативних індустрій. Втім, дослідження, здійснені різними міжнародними організаціями і країнами, розглядають не одну й ту саму кількість підсекторів креативних індустрій чи застосовують однакові системи групування. На рис. 2.4 проілюстровано множинність підсекторів креативних індустрій у рамках моделей, розроблених провідними міжнародними організаціями.

Неозброєним оком можна побачити деякі відмінності у запропонованих моделях. Так, найбільш затребуваною є модель ЮНКТАД, яка виділяє чотири

групи і вісім підгруп креативних індустрій [514]. У той же час модель класифікації креативних індустрій ЮНЕСКО, функціонування якої спрямоване на підтримання та розвиток таких сфер, як освіта, наука і культура, поділяє креативні індустрії лише на дві основні підгрупи [347]. До першої підгрупи належать індустрії в ключових культурних галузях (Industries in core cultural domains), тобто ті сектори, продукція яких є результатом безпосередньої креативної і культурної діяльності. До другої ж підгрупи входять індустрії в розширених культурних галузях (Industries in expanded cultural domains), тобто ті які відображають посередній результат креативності та культурної діяльності.

При класифікації креативних індустрій Європейською комісією використовується модель концентричних кіл Девіда Тросбі, що сформована у 2001 р. [511]. Приналежність до креативних індустрій визначається на основі концентрації креативної цінності товарів і послуг, які її представляють. Чим більше висвітлений креативний зміст у продукті, тим швидше він може бути віднесений до складу креативних. Відповідно, центр кола це «ядро креативності», а ступінь віддаленості від нього відображає рівень креативної цінності.

МОДЕЛЬ КОНФЕРЕНЦІЇ ООН З ТОРГІВЛІ ТА РОЗВИКУ (ЮНКТАД)

Культурна спадщина

1. Традиційна культура: творчі ремесла, декоративно-прикладне мистецтво, фестивалі.

2. Культурні пам'ятки: бібліотеки, археологічні пам'ятки, музеї, виставки.

Мистецтво

1. Образотворче мистецтво: живопис, скульптура, антикваріат, фотографія.

2. Виконавче мистецтво: музика, драматичне мистецтво, танці, опера, цирк.

Медіа

1. Аудіовізуальні твори: кінематограф, телебачення, радіомовлення.

2. Нові медіа: програмне забезпечення, відео-ігри, тощо.

Функціональний креатив

1. Дизайн: мода, графіка, дизайн інтер'єру, іграшок і аксесуарів.

2. Креативні послуги: культурні і цифрові послуги, рекламна діяльність, креативні дослідження.

МОДЕЛЬ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБ'ЄДНАНИХ НАЦІЙ З ПИТАНЬ ОСВІТИ, НАУКИ І КУЛЬТУРИ (ЮНЕСКО)

Індустрії в ключових культурних галузях

Музеї, галереї , бібліотеки;

Виконавче мистецтво;

Фестивалі;

Образотворче мистецтво;

Дизайн:

Видавництво;

Телерадіомовлення;

Відео- і кінематограф;

Фотографія;

Інтерактивні медіа.

Індустрії в розширених культурних галузях

Виробництво музичних інструментів та звукового обладнання;

Архітектура;

Реклама;

Поліграфічне обладнання;

Програмне забезпечення;

Аудіо- та відео-апаратне забезпечення.

МОДЕЛЬ КОНЦЕНТРИЧНИХ КІЛ ДЕВІДА ТРОСБІ

Основні креативні індустрії

Література;

Музика;

Виконавче мистецтво;

Візуальне мистецтво.

Основні культурні індустрії

Кіноіндустрія;

Музеї і бібліотеки.

Інші культурні індустрії

Культурна спадщина;

Видавнича справа;

Звукозапис;

Телерадіомовлення.

Суміжні індустрії

Реклама;

Архітектура;

Дизайн;

Мода.

МОДЕЛЬ ВСЕСВІТНЬОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Копірайтингові індустрії

Відео- і кінематограф;
Музика;
Виконавче мистецтво;
Живопис;
Видавнича справа;
Програмне забезпечення;
Телерадіомовлення;
Реклама;
Візуальне і графічне мистецтво.

Взаємозалежні індустрії

Цифрові технології;

Побутова електроніка;

Музичні інструменти;

Публікації;

Мистецтво фотографії.

Індустрії, які частково захищаються авторським правом

Архітектура;
Легка промисловість;
Проектування;
Мода;
Побутові товари;
Іграшки.

Індустрії загального призначення

Оптова і роздрібна торгівля;

Інтернет та інші комунікаційні мережі.

Рис. 2.4. Моделі класифікації креативних індустрій міжнародними організаціями

Джерело: розроблено автором.

Ядро креативності це результати комерційної творчої діяльності, що характеризуються великою експресивною вартістю. За допомогою показника експресивної вартості визначається рівень креативної цінності продукту. У своїй роботі «Економіка культури» Д. Тросбі визначає п’ять структурних елементів цього показника: естетичну і духовну цінність, соціальне і символічне значення, достовірність походження.

Модель Всесвітньої організації інтелектуальної власності, яку сформовано у 2003 р., бере до уваги лише копірайтинг, тобто ті галузі, в котрих виробляється і розповсюджується продукція креативного характеру, що захищена авторським правом [521].

Прихильники цієї моделі у даному випадку надають перевагу терміну «копірайтингові індустрії», а не класичному «креативні індустрії». В моделі виділяють три групи: перша група представляє «ядро», оскільки в ній безпосередньо виробляють товари і послуги, які базуються на інтелектуальній власності.

До другої групи відносяться взаємозалежні індустрії, які займають проміжну ланку у виробництві креативних товарів і послуг, а до третьої індустрії, які беруть часткову участь у повноцінному функціонуванні креативних індустрій. Ще одна, додаткова група представляє індустрії загального призначення, головною роллю яких є підтримка реалізації креативної продукції. Дана модель найбільш поширена в країнах, де функціонує розвинена система захисту прав інтелектуальної власності, наприклад, в США.

Незважаючи на класифікацію креативних індустрій міжнародними організаціями, багато (розвинених) країн мають власні напрацювання стосовно виділення підгруп в межах цього сектору в залежності від передумов і пріоритетів розвитку своєї економіки (Табл. 2.2).

Таблиця 2.2.

Моделі класифікації креативних індустрій провідними країнами світу

Країна	Підсектори креативних індустрій
Сінгапур	Індустрія мистецтва і культури: сценічне й образотворче мистецтво; література; фотографія; творче ремесло; галереї; бібліотеки; театри; музеї; архіви; аукціони; об'єкти культурної спадщини; фестивалі.
	Індустрія дизайну: реклама; архітектура; веб та програмне забезпечення; графіка; мода; внутрішні і зовнішні комунікації.
	Медіа-індустрія: телерадіомовлення; цифрові ЗМІ (програмне забезпечення і комп'ютерні послуги); кінематограф і відео-індустрія; музика і поліграфія.
Японія	Сфера послуг: реклама; архітектура; сценічне мистецтво; дизайн; мистецтво; кінематограф; музика, відео; телерадіомовлення; видавнича справа; послуги, пов’язані з комп’ютерними додатками.
	Сфера виробництва: виробництво тканин та одягу; творчі ремесла; іграшки; меблі; посуд; аксесуари; канцтовари; вироби із шкіри.
США	Реклама; архітектура; мистецькі школи; дизайн; фільми; музеї, зоопарки; музика; сценічне мистецтво; публікації; телебачення і радіо; візуальне мистецтво.
Країни ЄС	Книги і друкарська справа; візуальне мистецтво; архітектура; сценічне мистецтво; аудіовізуальні послуги; мультимедіа; культурна спадщина; архіви; бібліотеки.
Німеччина	Музика; література і видавнича справа; мистецтво і дизайн (в тому числі архітектура і реклама); аудіовізуальні засоби масової інформації (кіно, радіо і ТБ); сценічне мистецтво й інтерактивне мистецтво.
Австрія	Культурна спадщина; виконавче мистецтво; аудіовізуальні підприємства; візуальне мистецтво; книги і видавнича справа; міждисциплінарна діяльність.
Великобританія	Рекламна діяльність; архітектура; мистецтво та ринок антикваріату; творчі ремесла; дизайн; мода; кінематограф, відеоролики; музика; сценічне мистецтво; видавнича справа; програмне забезпечення; телерадіомовлення; відеоігри.

Джерело: розроблено автором на основі [347, 348, 352].

Доволі цікавою є Сінгапурська модель класифікації креативних індустрій, котра ґрунтується на цінностях, менталітеті і культурних особливостях країн Азії. Дана модель виділяє три типи індустрій, включаючи мистецтво і культуру, дизайн та медіа. Японія, як одна з головних гравців на світовій арені, також не бажає поступатися своїм конкурентам у даній сфері. Перший звіт щодо функціонування креативної економіки «2010 Estimate» підсумував дані за 1999-2004 рр., який згодом оновлено за даними 2005-2012

рр. Цей документ презентує японську модель класифікації креативних індустрій «Хокуходу», чітко розділивши креативні індустрії за двома сферами діяльності: послуги і виробництво. Сфера послуг включає продукцію креативного контенту нематеріальної форми, наприклад, музика, реклама тощо, а сфера виробництва стосується креативної матеріальної продукції, як іграшок чи канцтоварів.

Моделі азіатських країн відрізняються різноманітними формами та особливим значенням національних соціо-культурних і політичних чинників. Основну частку креативних індустрій становлять ті галузі, в основі яких знаходиться збереження й обслуговування культурної спадщини, зменшення бідності і поліпшення інфраструктури в сфері послуг.

Країни-учасниці Європейського Союзу в цілому поділяють креативні індустрії на дев’ять підсекторів у той час, як деякі з них здійснюють класифікацію окремо. Так, Німеччина й Австрія підійшли до цього процесу більш комплексно, узагальнивши лише п’ять і шість підсекторів відповідно.

Незважаючи на те, що Великобританія лише зараз знаходиться на шляху виходу з ЄС, вона завжди зберігала автономію за різними напрямами економічно-соціальної політики, і креативний сектор один із таких. Британський Департамент культури, медіа та спорту створив власну модель класифікації креативних індустрій (*DCMS UK Department for Culture Media and Sport*), згідно якого креативні індустрії включають аж тринадцять підсеторів. Втім, останніми роками ця модель зазнає чимало критики з боку владних чинів самої ж Великої Британії. Так, на основі співпраці Національної академії креативності і культури «Creative & Cultural Skills», неурядової організації «Nesta» та Департаменту культури, медіа та спорту було здійснено дослідження з метою вдосконалення підходу у реалізації DCMS, оскільки дана модель не зазнавала оновлення ще з початку 2000-х років. В основі її методології знаходиться використання Стандартної класифікації індустрій (*Standard Industrial Classification SIC*) та Стандартної класифікації професій (*Standard Occupational Classification SOC*) Великобританії.

Однак, багато дослідників вважає, що даний підхід дає дещо викривлений результат, оскільки при формуванні самих стандартів не було враховано всієї специфіки креативних індустрій. Через особливості кодів SIC у щорічних підрахунках результативності креативних індустрій модель не враховує багато підприємств, які також виробляють продукцію креативного змісту і, навпаки, включає чимало тих, які характеризується надто низьким рівнем креативності. Разом з тим, саме цю класифікацію застосовує чимало інших країн світу, так як вона є доволі простою, зрозумілою і зручною в користуванні, що зробило її базовою.

Зважаючи на множину практик і моделей щодо класифікації креативних індустрій, між ними існують суттєві відмінності щодо розмежування/ототожнення креативних індустрій. Однак, спільними рисами для усіх вищевказаних моделей є:

1) в основу ідеї креативних індустрій покладено орієнтацію на забезпечення їх динамічного розвитку, чого можна досягнути за рахунок швидкої адаптації до нових реальностей і вимог сьогодення;

2) креативні індустрії орієнтовані на створення принципово нових продуктів або на забезпечення новітнім змістом вже існуючих товарів і послуг;

3) креативні індустрії розглядаються з позицій здатності генерувати, розробляти, реалізовувати, використовувати і поширювати продукти, що несуть в собі економічну, культурну чи соціальну цінність;

4) відсутність наголосу на те, що в основі креативних індустрій, крім культури і мистецтва, знаходиться ще й інноваційна діяльність в її різних проявах, наприклад, Інтернет-технології, R&D тощо.

Тому з метою усунення будь-яких розбіжностей у процесі дослідження ми будемо опиратися на модель класифікації креативних індустрій Британського Департаменту культури, медіа та спорту, яка охоплює і культурну спадщину (архітектуру, мистецтво та ринок антикваріату, творчі ремесла), і медіа-індустрію (рекламну діяльність, телерадіомовлення, відео-ігри, кінематограф тощо), і інноваційну діяльність (програмне забезпечення).

Креативним індустріям, як і будь-яким іншим економічним механізмам, властива внутрішня структура, до якої входять окермі митці і виробники, малі і середні підприємства, великомасштабні корпорації, та громадські або квазі-громадські культурні установи [351]. Окремі (незалежні) митці та виробники товарів і послуг креативного змісту охоплюють артистів, письменників, поетів, музикантів, скульпторів, художників тощо. Результати їхньої діяльності можуть використовуватися як кінцевий продукт споживання або як ресурс для подальшого виготовлення кінцевого продукту.

Малі і середні підприємства, як правило, переважають за кількістю в структурі креативних індустрій більшості країн світу і їхня економічна значущість набагато вища, ніж в інших галузях. Вже давно визнано, що в процесі реструктуризації економіки мале підприємництво відіграє особливу роль. Так, більшість європейських креативних підприємств (95%) мають ознаки мікропідприємств (менше 10 працівників), забезпечуючи 35% зайнятості сектору [368]. Джерелом такої закономірності є велика концентрація креативного і талановитого суспільства у кожній країні. З іншого боку, саме малі підприємства тісно пов'язані з креативністю, галереї, арт-кафе, дизайнерські студії, салони мод тощо маючи своє «обличчя», вони створюють особливу атмосферу й обслуговують не тільки місцевих жителів, а й приїжджих, стимулючи додаткові надходження в місцеву економіку. А якісні художні школи й інтенсивне, звернене до сучасності, артистичне життя створюють сприятливий ґрунт для експериментів в сфері дизайну і стилю, які, в свою чергу, стають такими ж обов'язковими компонентами для успішного виробництва, як і оригінальний зміст та сценарій для мультимедійного і телекомунікаційного бізнесу. В їх сфері традиційна міць класичної культури об'єднується з доданою цінністю, яку створює підприємницьке уміння, і талантом роботи з електронними та іншими сучасними засобами комунікації, що застосовує нові знання.

Гнучкість малих компаній, їх здатність відповідно реагувати на тенденції ринку дає їм можливість виживати, пристосовуючись до змін, а

здатність створювати нове, що є основою їх існування, робить значний вклад в модернізацію застарілої інфраструктури [302, с. 175]. У зв'язку із цим державна підтримка відіграє значну роль у забезпеченні ефективного функціонування малих і середніх підприємств, оскільки останні функціонують в умовах асиметричної конкуренції. Така допомога може виражатися шляхом законодавчих змін або ж реалізації спеціальних проектів фінансування.

Великомасштабні корпорації, які можуть бути як національного походження, так і частиною транснаціональних корпорацій, є найбільшими генераторами продукції креативного змісту. Такі гіганти, зазвичай, реалізовують свою діяльність у видавництві і сфері продукування аудіовізуальних творів. На основі ефекту масштабу виробники даної групи розпоряджаються достатньою кількістю технологічних, людських та фінансових ресурсів для реалізації креативних товарів і послуг. На відміну від малих підприємств, креативні корпорації повністю зорієнтовані на отримання прибутку.

До громадських або квазі-громадських культурних установ належать музеї, галереї, історичні будівлі та інші культурні пам'ятки. Вони зображають рухому і нерухому культурну спадщину народу кожної країни. Даний структурний елемент креативних індустрій відіграє суттєву роль у розвитку внутрішнього і в'їзного туризму тої чи іншої країни.

Головними суб'єктами креативних індустрій звичайно є невелика кількість мультинаціональних корпорацій, лідерів своєї галузі, але їхня діяльність значною мірою залежить від численних мікропідприємств, на які покладено виконання однотипних проектів. Такі підприємства швидко реагують на зміни у моді і технологіях, а їх активи невидимі й ефемерні репутація, навички та бренди. Вони працюють на світових нішевих ринках й еволюціонують, поліпшуючи якісні показники, а не за рахунок кількісного зростання.

Креативні підприємства, як правило, географічно знаходяться близько одне від одного, що також є особливістю саме креативного сектору, при цьому

з метою вирішення структурних проблем вони застосовують стратегію спільного використання ресурсів. Така спрівпраця стимулює різноманітні форми партнерства мережі, креативні квартали, однак, найпоширенішими є кластерні простори або кластери. На думку О. Дацко, зміна орієнтирів економічного розвитку потребує перегляду та перенесення акцентів на формування креативних кластерів, створення яких передбачає активізацію культурного і креативного потенціалу як неодмінної передумови формування конкурентних переваг підприємства, регіону чи країни [65, с. 5–7].

Вперше концепцію кластеру обґрунтував М. Портер в роботі «Міжнародна конкуренція» [194] і визначив їх як географічну концентрацію взаємопов’язаних компаній і пов’язаних з ними установ в конкретній сфері, які конкурують і в той же час доповнюють один одного та співпрацюють. Ефект і перевага кластеру таїться в синергійній діяльності його учасників, які мають можливість здійснювати свою роботу при міжгалузевій взаємодії малих підприємств. Кластери це найоптимальніша форма для інноваційного розвитку будь-якої сфери діяльності. Саме кластеризація створює особливі сприятливі умови для взаємодії та розвитку творчості і комерції. Перевага кластеру полягає в сумарному ефекті взаємодії всіх його елементів, які при спільній діяльності дають результат, що перевершує ефект кожного з них окремо.

Креативний кластер це об’єднання продуцентів товарів і послуг в креативних індустріях. Нові форми капіталу і виробництва, властиві постіндустріальній економіці, локалізуються в таких трансформованих просторах, оскільки креативні індустрії тяжіють до того, аби перебувати десь поблизу до родинних організацій, а ще краще ділити один «дах» або район. Разом з тим, Р. Флоріда [373], Н. Кліфтон і П. Кук [348] наголошують, що основна відмінність креативних кластерів полягає у тому, що вони по суті є географічною концентрацією окремих виробників товарів і послуг креативного змісту, а не підприємств. Цю думку доповнює Л. Де Пропріс [354], розглядаючи креативний кластер як місце, яке характеризує, з одного

боку, спільноту креативних людей, а з іншого, каталітичне середовище, в якому люди, відносини, ідеї і таланти сприяють появі один одного.

Однак, як показує практика, форми організації креативних кластерів доволі різноманітні і варіюють від невеликих спільнот креативних однодумців (наприклад, «АртПРИЧАЛ», м. Київ) до великих об'єднань продуцентів продукції креативного змісту та компаній, що їх обслуговують (наприклад, Силіконова Долина, Каліфорнія) [117].

Незалежно від масштабів кластеру, їх успішний розвиток залежить від сукупності таких факторів: потужної інноваційної основи, включаючи наявність науково-дослідних інститутів; наявності функціонуючої мережі та об'єднання; кваліфікації кадрів, точніше значної частки серед населення науковців, інженерів та інших осіб, пов'язаних із культурою, мистецтвом, науковою і творчою діяльністю; доступного інвестиційного капіталу. В організації креативного кластеру продумують його максимальне і багатосекторне наповнення, включення різних структур, а також залежність від сезону, подій і свят. Стержнем кластеру часто стають автентичні культурно-історичні пам'ятники, навколо яких формується інфраструктура і сервісне комунікативне середовище (готелі, ресторани, кафе тощо). Перевагою креативних кластерів є наявність мобільних і динамічних конструкцій, які здатні представити презентаційні площадки для різних заходів і постановок.

Оскільки креативні індустрії включають чимало підсекторів (як показано вище), відповідно існують і різні креативні кластери, які можуть бути націлені на підтримку, наприклад, візуального мистецтва, інші можуть бути засновані на базі музейних комунікацій, треті роблять акцент на декоративно-прикладному мистецтві. В світі існують креативні кластери, які мають мультикультурні характеристики. Як свідчить європейський й азійський досвід, з відкриттям креативних кластерів з'являються комунікаційні площадки, місця, події, пов'язані з різними напрямками: від дизайну і скульптури до народного ремесла.

Креативні кластери часто виникають на базі промислових зон, які вже не функціонують і перетворюються в нестандартні офіси і центри. Використання індустріальних будівель за новим призначеням це один із способів ревіталізації, процесу відтворення, пожвавлення і відновлення певного простору. Зазвичай, це реконструкція промислової архітектури зі зміною її ключових функцій.

«Арт-кластери» або «лофти» це найбільш поширені форми організації креативних кластерів, на території колишніх промислових підприємств. Поняття «лофт» житловий за призначенням простір фабрики або заводу. Ідея використання таких просторів виникла в 1940-х роках на Манхеттені (Нью-Йорк, США) в період зростання цін на землю в центральних районах міста. Результатом цього стало перенесення промислових підприємств на околиці міста. Спорожнілі промислові зони стали місцем локації представників творчих професій в зв'язку з низькою ціною оренди і можливістю для нестандартного використання даних приміщень. Арт-кластер це культурне і бізнес-об'єднання, розташоване на території колишньої промислової зони, яке об'єднує виставковий простір, шоурум, театральний або кіномайданчик, аудиторії для семінарів, фуд-корти та інші подібні елементи [5].

Під час створення товарів і послуг в креативних кластерах існує особливий етап роботи, пов'язаний з тим, що називають індустрією. У процесі реалізації творчої майстерності і таланту з’являється витвір як результат творчості, що доступний або в момент його виконання, або призначений для невеликої аудиторії. Однак, витвори дизайнерів, музикантів, скульпторів та інших носіїв креативних ідей можуть бути комерційно успішними. Можливість виходу за рамки творчості заради творчості породжує ефект креативної індустрії, який виникає в результаті маркетингових стратегій, оброблення інформації за допомогою мультимедіа, що призводить до тиражування, при налагодженій взаємодії з менеджерами, партнерами, спонсорами [51]. Виробництво та споживання результатів творчої праці

стають ланками одного ланцюга, і це відкриває нові перспективи як для культури, так й економіки.

Узагальнюючи існуючі практики створення креативних кластерів, варто наголосити, що кластер це єдине ціле і кожна його частина має працювати на загальну ідею, а організації і структури функціонувати в рамках одної маркетингової стратегії, не виходячи з цілісної стилістики.

Розвитку креативних кластерів з 2004 р. інтенсивно сприяє ЮНЕСКО в рамках програми розвитку креативних міст, місія якої полягає у підтримці міських ініціатив щодо розвитку зон креативних індустрій креативних кластерів, обміну інформацією між такими угрупуваннями і популяризації їх діяльності.

Креативні індустрії знаходяться в центрі нового етапу розвитку економіки знань, який має назву креативна економіка. Креативна економіка базується на потенціалі «творчих активів», що у зростаючих масштабах домінує в зображеннях, звуках, текстах і символах, стимулюючи соціально-економічне зростання і розвиток у глобалізованому світі. Поняття «креативна економіка» визначається як сукупність індивідів і підприємств, які створюють культурні, мистецькі та інноваційні продукти і послуги. Ця система також включає простори, де творці можуть вільно представляти свої роботи, отримувати відгуки та обмінюватися ідеями. Наприклад, творчий дух Лос-Анджелесу має широкий спектр проявів від створення арт-просторів Бойл Хайтс до наукової роботи Лабораторії реактивного руху NASA. У сукупності вони головний економічний актив регіону, що визначає подальший його розвиток.

Основою креативної економіки є використання людьми творчої уяви для підвищення цінності тієї чи іншої ідеї. Дж. Хоукінс розробив концепцію креативної економіки в 2001 р., щоб описати економічні системи, в яких цінність залежить від оригінальності та креативності, а не від традиційних ресурсів, таких як земля, праця і капітал [394]. В центрі поняття «креативна економіка» знаходяться креативні індустрії, які становлять так званий

четвертинний сектор економіки, що спеціалізується на виробництві і поширенні знань, інформації й економічно успішних продуктів, котрі мають певну культурну цінність [395, с. 10]. У даному випадку варто відзначити, що креативна економіка передбачає постійну опору на продукування інновацій, при цьому інноваційність, на думку М. Гнедовського [51], включає наявність не лише наукоємних виробництв, але і розвиток творчих (креативних) індустрій як стійких практик взаємодії творчості і комерції. Завданням креативних індустрій є створення і реалізація креативного продукту: книги, дизайн-проекту, фільму, сувеніру тощо. Іншими словами, в результаті подібної діяльності відбувається комерціалізація ідеї, що і приносить певний прибуток.

На початку третього тисячоліття креативна економіка, як генератор робочих місць, стимулює самоповагу в окремих індивідів і сприяє поліпшенню якості життя в цілому, а відтак перетворюється на стратегічний інструмент досягнення загального добробуту і сталого розвитку сучасного суспільства, причому креативні індустрії стають невід’ємною частиною економічних систем різних країн. Креативна економіка це не єдина потужна магістраль, а множина локальних траєкторій, багато з яких зароджується в містах і регіонах країн, що розвиваються. П'єр Луїджі Сакко, у свою чергу, акцентує увагу на тому, що креативна економіка найкраще відображає локальні особливості та зберігає ідентичність в епоху глобалізації, вказуючи приклади місць, які найактивніше розвивають креативну економіку, включаючи Іль-де-Франс в Парижі, Внутрішній Лондон і Мілан. Перевагою креативної економіки є її здатність не лише відмовитися від сировинної залежності, але й забезпечити стабільність розвитку конкретного регіону, покращити інвестиційний клімат, створити сприятливі соціокульутрні умови для суспільства.

Таким чином, креативні індустрії, з одного боку, забезпечують мобільність, вихід на глобальний ринок, використовуючи різноманітні ресурси, формують проектне мислення, сприяють розвитку індивідуальності

людини і довіри в суспільстві, а з іншого сприяють розвитку і збереженню культури, історії і традицій. Це зумовлено тим, що функціонування креативних індустрій посилює взаємозв'язок їх основних суб'єктів, що забезпечується завдяки розвитку малого бізнесу і стимулюванню нових форм бізнесу, інтенсивній науково-освітній діяльності, появі креативного класу, активізації інвестиційного потенціалу, створенню нових робочих місць і посиленню соціальної мобільності, формуванню якісно нової інфраструктури та покращенню якості життя населення (Рис. 2.5).

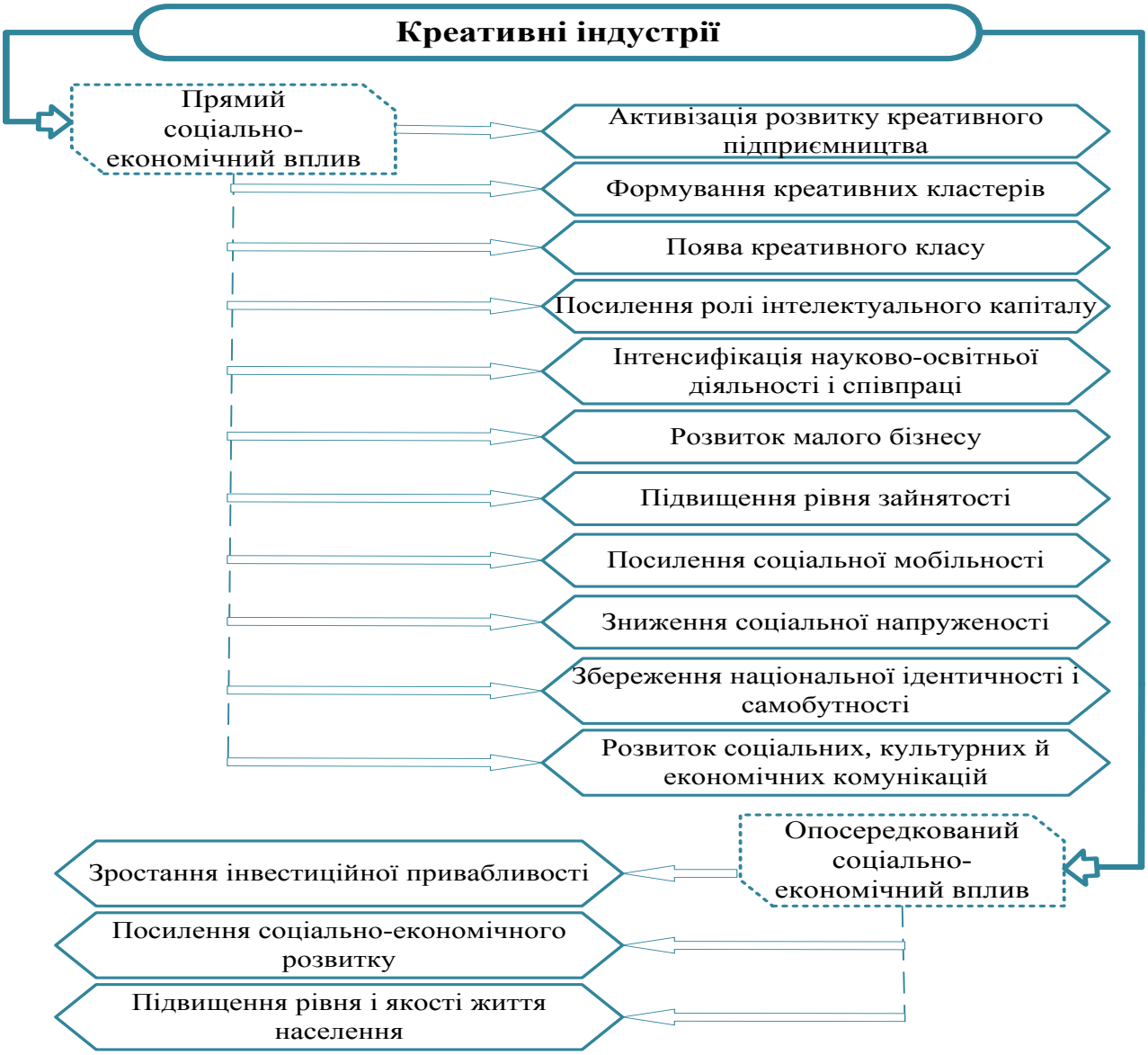


Рис. 2.5. Соціально-економічний вплив креативних індустрій на регіон
Джерело: розроблено автором.

В термінах загальноприйнятого трактування креативних індустрій оцінка їх розвитку набуває такі риси як вирахуваність, відірваність від країнового або культурного контексту, абстрактність, зняття традиційного розмежування між культурою й економікою, і можливість перевизначення із значимих характеристик [481, с. 124-125].

Нагадаємо, що поняття макдональдизації, про яке згадувалося вище, відображає глибоко вкорінені в сучасному житті процеси раціоналізації виробництва і споживання з усіма їх достоїнствами і недоліками. Застосування цього поняття до процесів розвитку креативних індустрій відкриває перспективу їх аналізу в термінах раціоналізації креативності та інструментів, які застосовуються для її культивування.

2.3. Становлення креативного класу: вплив на економічну діяльність та регіональний розвиток.

Креативні індустрії не можуть розглядатися без нового соціального прошарку креативного класу ключової ланки креативної економіки. Генезис його дослідження асоціюється з ім’ям Річарда Флоріди, який вперше використав концепцію креативного класу або креативних підприємців у 2002 році [373]. Р. Флоріда, як і інші дослідники даної проблематики, намагався відповісти на питання, чому виникла потреба у формуванні і розвитку нового класу, в яких сферах працюють представники креативного класу і чим вони відрізняються від людей інших прошарків суспільства.

Ще раніше науковці довели, а люди частково підтвердили, що як жива природа в цілому, так і людина, як її складова, постійно піддаються впливу існуючих і нових проблем. Тому кожний день є викликом для дослідження, винайдення, створення та імплементації інструментів нових технологічних рішень. З іншого боку, є чимало проблем, які важливі для багатьох людей або

навіть для всього людства, наприклад, хвороби, захист природи, парниковий ефект, енергетична криза, інфляція, війни і міжнародна напруга тощо.

В середині минулого століття людство зрозуміло, що зусиль однієї чи кількох держав (навіть найбільш розвинених з максимальними фінансовими і матеріальними ресурсами) для вирішення глобальних проблем не достатньо. Глобальні виклики існують у кожній сфері суспільної життєдіяльності і їх вирішення часто асоціюється з пошуком нетрадиційних методів, креативністю і генеруванням колективних ідей, а також інтеграцією різних областей науки. Для вирішення цих проблем не достатньо бути компетентним в одній сфері, а треба бути грамотним у різних напрямах для пошуку нових рішень, тобто мислити креативно.

Таким чином виникає потреба в людях, які працюють в різних сферах, чиї економічні функції і завдання полягають в створенні нових ідей, технологій і креативного контенту. Креативна особистість це людина, яка має високий рівень знань, вміє відкинути звичайне і шаблонне, а також відчуває нагальну і неодмінну потребу в творчості. Як правило, креативним особистостям притаманні такі ознаки характеру: активний інтерес до проблеми; незалежна інтравертна позиція і незалежність мислення; гнучкість, тобто можливість вийти за рамки очевидного; ліквідність або можливість генерування множини ідей для вирішення проблеми; толерантність стриманість і доброзичливість в конфліктних ситуаціях; деталізація, тобто здатність проникати в деталі проблеми чи завдання; готовність боротися з усякими перешкодами і йти на ризик; системний підхід до проблеми чи завдання; розуміння потреб інших людей; орієнтація на дії можливість виходу за рамки звичайного акту мислення; здатність зосередитися.

Креативні люди продовжують навчатися все життя. Креативність і продукування інформації є характеристиками людського мозку, який може вирішувати безкінечні проблеми, тобто творити. Це є безпосередня людська праця. Коли креативній людині не вдається знайти рішення проблеми, вона на якийсь час відкладає пошуки і починає займатися повсякденними справами. У

цей період така особа схильна до дії різних стимулів, що викликають певні асоціації. При наявності достатньої кількості часу один із шляхів, що виникає під впливом стимулів, може призвести до вирішення проблеми. Чим більше членів суспільства займається креативною діяльністю, тим щасливішим й ефективнішим воно стає. Представники цього класу оцінюються відповідно до індивідуального мислення, таланту й унікальності.

Саме професіонали, зайняті в креативних індустріях, які приходять на зміну звичайному робочому населенню на традиційних промислових підприємствах в постіндустріальних містах, з легкої руки Р. Флоріди отримали назву «креативний клас». Автор вважає, що в силу нового набору пріоритетних засобів виробництва (замість власності на землю володіння здатністю винаходити щось нове), «на сцену» виходить і новий домінуючий клас креативний. Його представники тягнуть за собою інвестиції, туристів, своїх колег, а також приносять з собою нові форми підприємництва, завдяки розвитку яких відбувається і розвиток міських територій. В сукупності це все забезпечує постійне економічне зростання.

Формування креативного класу пов’язують з науково-технічним прогресом, зміною цінностей і базових установок, що мають місце завдяки економічному зростанню, підвищенню рівня й умов життя сучасної людини, скороченням чисельності працівників промислових підприємств у розвинутих країнах [33]. Становлення креативного класу вимагає, в першу чергу, комфортних умов проживання, які трактуються як «якість місця», що позначає унікальну сукупність характеристик, котрі визначають місце проживання та роблять його привабливим. Іншими словами, це сукупність взаємопов'язаних вражень. У більшості випадків якість місця визначається трьома факторами:

1) що там є: поєднання штучного середовища проживання і природного навколишнього середовища; належні умови для творчого життя;

2) хто там є: люди різних типів, які підтримують взаємодію один з одним, показують і доводять, що будь-яка людина може оселитися і облаштувати своє життя в цьому місці;

3) що там відбувається: активне вуличне життя, культура харчування, мистецтво, музика і люди, які віддають перевагу активному відпочинку, все це разом створює енергійну, хвилюючу і креативну атмосферу.

Мова йде про так зване креативне середовище як сферу для життя і процвітання креативних людей, де добре розвинений культурно-відпочинковий сектор, креативний клімат, де люди можуть заявити про свої ідеї, реалізовуватися, ставати вирішальним фатором в розвитку цієї території.

У цьому контексті виділяють поняття *homo creativus* це гіпермобільна людина, яка демонструює специфічний спосіб життя, обираючи для себе місце проживання в різних частинах світу. При виборі дестинації враховуються не лише можливості для працевлаштування, але і стиль життя. Багато працівників можуть відмовитися від пропозицій або вирішують не шукати роботу там, де немає того, що їм необхідне, наприклад, музичного середовища, мистецтва, технологій, визначених видів спорту на відкритому повітрі тощо. Все частіше зустрічаються люди, які переїжджають кудись заради певного способу життя і тільки після цього починають шукати роботу.

Причина привабливості середовища для креативного класу полягає в тому, що не потрібно самому бути художником, письменником чи музикантом: якщо хтось приходить на відкриття художньої виставки або відвідує якийсь захід в нічному клубі, де є можливість поспілкуватися з художниками або любителями мистецтва, це набагато більше стимулює творчі здібності, ніж відвідування музею або концертного залу, де особа просто спостерігає за тим, що відбувається, як глядач.

Крім того, такі традиційні поняття, як в звичному офісно-промисловому форматі, «дім», «робота», «дозвілля» для креативних професіоналів не працюють. Креативний клас змінив не тільки характер роботи, але і трансформував форми та зміст дозвілля. Творчі люди відмовляються від пасивного відпочинку: для них неприйнятно витрачати час, дивлячись телевізор, всі телешоу підряд без вибору. Навпаки, хорошим тоном стає не мати телевізора, але дивитися фільми і передачі з використанням нових

технологій: комп'ютерів, смартфонів тощо. Оскільки креативний клас багато працює, його представники намагаються турбуватися про своє здоров'я: їдять органічну їжу, відвідують спортивні зали та басейни, займаються активним відпочинком дайвінгом, катанням на лижах, стрибають з перешутом, літають на повітряних кулях, літаках тощо.

Вільний час креативного класу також креативний, тому що його метою є нова якість: задоволення, позитивні емоції, досвід. Креативний клас часто в змозі придбати всі матеріальні продукти, але він більше зацікавлений в досвіді, отриманому, використовуючи їх. Для нього важливим є не сам автомобіль, а ті відчуття, які охоплюють, керуючи ним. Це ж стосується і купівлі музики, книг, одягу тощо. Іншими словами, немає особливого придбаного продукту є відчуття, які допомагають сформувати креативне життя. Таким чином, поява креативного класу впливає на розвиток інших галузей і всієї економіки (розвиток нових інформаційних продуктів, спорту, здорового харчування, різноманітність туристичних послуг тощо), а також стимулює зміни в міських просторах. Такі люди не відчувають нестачі в промислових товарах чи сільськогосподарських продуктах у широкому сенсі, вони демонструють потребу в подорожах, туризмі, тематичних парках і дестинаціях, сфері розваг, спортивних центрах, моді, кулінарії, азартних іграх, музиці, кіно і телебаченні. Креативний клас постійно шукає цікавих занять, які підвищують адреналін.

Яскраве дозвілля та відсутність жорстких обмежень часу і простору є важливими характеристиками способу життя представників креативного класу, до якого вони прагнуть, переміщаючись між містами, руйнуючи традиційні межі «місце для роботи» і «місце для дозвілля», відмовляючись від стандартного робочого графіку й офісних годин. Робота ж сама по собі стала забезпечувати не просто виживання в умовах постійного дефіциту, а дозволяти людям реалізовувати свої естетичні, творчі, пізнавальні і комунікативні потреби.

Р. Флоріда пропонує поділяти креативний клас на дві частини:

1. «Суперкреативне ядро», яке включає професорсько-викладацький склад університетів, вчених, письменників, інженерів, художників, акторів, дизайнерів, архітекторів, а також інтелектуальну еліту сучасного суспільства: провідних діячів культури, публіцистів, редакторів, експертів-аналітиків та інших осіб, які формують громадську думку. Ці представники займаються творчою діяльністю на постійній і платній основі.

2. «Креативні спеціалісти», які задіяні до високотехнологічного виробництва, права, фінансів, охорони здоров'я, бізнесу. Ці представники, у свою чергу, беруть участь у вирішенні соціальних проблем, використовуючи власні комплексні знання.

До цієї класифікації ми вважаємо за доцільне додати ще одну частину креативного класу сквотерів. У XVIII-XIX століттях на північному заході Сполучених Штатів і в Австралії сквотерами називали фермерів, які займали вільні та необроблені ділянки землі. Як масовий рух, сквотинг (англ. *squatting*) розпочався в Західній Європі і Північній Америці в 1960-х роках як частина політичної і соціальної боротьби проти цінностей і структур буржуазного суспільства, великою мірою вплинувши на політику, культуру, урбанізацію, ідеї антиглобалізму й автономізму. Сквотерами називають, здебільшого, молодих людей, які займають нежитлові приміщення, де створюють подобу комун. Основним правилом сквотерства є життя без оплати житла. Існує стереотип, що сквотери це збіговисько голодранців, наркоманів і т.д. Це вимушена або стихійна форма сквотингу, яка об'єднує вимушених шукати альтернативне житло студентів, безробітних (включаючи бомжів), низькооплачуваних працівників та емігрантів (включаючи біженців).

Причиною, чому ми пропонуємо відносити сквотерів до креативного класу є те, що, крім стихійних сквотерів, цей прошарок суспільства включає і так званих «ідейних» богемно-творчу молодь (художників, музикантів і т.д.), тобто тих, хто вибрав такий спосіб життя свідомо. В епоху розквіту хіпі, студентських заворушок і зародження феномену контркультури сквотерство отримало зовсім нову форму політизовану, яку реалізовує молодь радикально

лівих поглядів. Захоплені будівлі і території починають використовувати не лише для реалізації житлової стратегії, але й для створення в них автономного соціокультурного простору.

Друга половина 1960-х років для західного суспільства стає часом найважливіших соціальних зрушень і трансформації суспільної свідомості. Криза довіри до органів державної влади та політичних партій, мілітаризація держав і гонка озброєнь, забруднення навколишнього середовища призводять до того, що все більше молодих людей об'єднуються під прапором нової лівої ідеології. У США і розвинених капіталістичних країнах Європи проходять масові студентські заворушення, зароджується нова формація протестних груп і нових соціальних рухів феміністського, антивоєнного, руху за права сексуальних меншин і цивільні права. Імпульс отримує розвиток автономізму, в середовищі якого як явище остаточно формується сквотинг.

У 1960-1970-х роках з'явилася величезна кількість сквотів і контркультурних комун в мегаполісах США і Західної Європи. У Парижі, Брюсселі, Берліні, Барселоні, Амстердамі, Лондоні та інших містах тисячі людей незаконно займали приміщення колишніх фабрик, промзони, занедбані склади, старі казарми, зруйновані особняки [216]. На окупованих територіях ідейні сквотери не просто живуть, а розвивають активну діяльність: влаштовують музичні студії, художні галереї, літературно-художні кафе, клуби, а також проводять концерти, покази любительського кіно тощо. Іншими словами, сквотери є креативними особистостями. Так з'явилися легендарні:

1) лондонский Рампарт (The rampART) сквот, заснований художниками і політичними діячами, де організовувалися покази, вистави, виставки та концерти;

2) міланський Леонкавалло найбільший сквот в Європі, одна з найважливіших пам'яток міста, де можна побачити альтернативні театральні постановки, послухати джаз, взяти участь в політичних дебатах, відвідати пересувні кафешки;

3) культурний центр Forte Prenestino в Римі [500];

4) берлінський Тахелес, який став центром культури відразу після падіння Берлінської стіни і де мало місце все андеграундне життя Берліну 1990-х років, що був заснований групою художників «Тахелес» (на *ідиші* «відкрито говорити, висловлювати свою думку»), котрі вмовили владу не зносити будівлю, а внести її до списку пам'яток архітектури, і жили там аж до вересня 2012 р.;

5) один з головних амстердамських нічних клубів Paradiso. За тією ж схемою в Амстердамі виникли діючі сьогодні бар Molli Chaoot, анархістська книгарня Het Fort van Sjakoo і крафтова пивоварня Brouwerij IJ, власники якої колись почали варити пиво у засквотированій будівлі на березі каналу.

Найвідоміший сьогодні сквотерский кооператив включає в себе цілий кластер вулиць в районі London Fields на сході Лондона, об’єднуючи вільних художників, студентів, безробітних і навіть офісних працівників, котрі мають роботу. У сквотерів серйозна організація: у них є мережа клубів і ресторанів, наймані адвокати, вони випускають журналу про свій рух і проводять лікнеп для новачків.

Опираючись на теорію Р. Флоріди, креативний клас оцінюють з позиції 3Т: технологій, таланту і толерантності. Виникнення і розвиток креативного класу спостерігається там, де не лише багато нових технологічних компаній, але й толерантне середовище, яке стимулює креативно (культурне, етнічне, соціальне). Кількість талантів визначається числом осіб у спільноті, які мають ступінь бакалавра. Саме рівень освіти, який підвищує якість людського капіталу, є основною відмінністю між попереднім поколінням новаторів і сьогоднішнім креативним класом. Толерантність описується кількістю сексуальних меншин в місті, регіоні чи суспільстві і відношенням до них.

Без сумніву, це дуже статичне сприйняття і не всі дослідники приймають теорію без обмежень. Справа в тому, що модель розвитку креативного класу, запропонована скандинавськими країнами, яка трактується як поступове капіталовкладення в особистість і терпимість до різноманітності вираження

цієї особистості, є більш всеосяжною і перспективною. Тим самим ця модель наголошує, що креативність це не лише прояв таланту, але й здатність, якої можна набути за допомогою навчання і вивчення; а толерантність набагато більше різноманітна, а тому виражається не тільки через чиюсь сексуальну орієнтацію.

Абстрагуючись від інших ідей стосовно теорії Р. Флоріди, концепцію 3Т закладено в основу Глобального індексу креативності показник, який визначає креативність як продукт трьох змінних технологій, таланту і толерантності, тих самих, про які згадує Р. Флоріда. В контексті цих змінних беруться до уваги інвестиції в R&D, рівень і характер освіти, кількість науковців, обсяг патентів на душу населення, дані соціологічних опитувань Gallup щодо відношення мешканців конкретної країни до іммігрантів, расових, етнічних і сексуальних меншин.

Креативний клас виділяється з натовпу завдяки чотирьом особливим якостям (Табл. 2.3).

Таблиця 2.3.

Основні якості, притаманні креативному класу

Якість	Характеристика
Молодість	Креативна діяльність вельми сприяє зайнятості молоді. Наприклад, у Східній і Центральній Європі на 1,3% більше робочих місць в креативній економіці зайнято молодими людьми, ніж в економіці в цілому.
Висока продуктивність	Креативні індустрії роблять більший внесок у ВВП, ніж всі інші галузі економіки. Так, в Китаї, кіноіндустрія і телебачення генерують близько 78% більше доданої вартості на одного працівника, ніж решта економіки. У Південній Кореї, продуктивність праці в кіноіндустрії чи на телебаченні вдвічі перевищує середній показник по країні.
Незалежність і підприємництво	Креативні індустрії завжди були фрагментовані, а креативністю керували окремі особи або малий бізнес. Інтернет, цифрові технології та масові подорожі знизили бар'єри для входу, зробивши його набагато простішим для окремих осіб, які

Якість	Характеристика
	намагаються розпочати креативний бізнес й отримати доступ до глобальної аудиторії.
Високий рівень освіти	Працівники креативних індустрій, як правило, більш освічені, ніж середньостатистичний працівник. Так, в Бразилії представники креативних індустрій мають на 17% вищу освіту, ніж середній національний показник робочої сили.

Джерело: розроблено автором.

На основі цього ми виділити особливості, притаманні представникам креативного класу, диференціювавши дві підгрупи основні і додаткові. Основні характеристики включають:

1. Креативний клас протиставляється робітничому класу і традиційним корпоративним спільнотам. Це працівники, які створюють нематеріальні активи, що приносять матеріальні дивіденди, нові ідеї, нові технології і новий креативний контент. До цього класу належать науковці, підприємці, менеджери, працівники IT-індустрії, велика частина інтелігенції разом із більшістю професорсько-викладацького складу ВУЗів, особи «вільних» професій. Саме ці люди забезпечують випуск педагогічної і духовної «продукції» та стимулюють економічний розвиток, тобто підтримують сучасний рівень виробництва товарів та надання послуг.

2. Їм властивий внутрішній пріоритет особистої свободи: на відміну від класів і соціальних прошарків інших категорій, їм комфортно жити і працювати лише за умови свободи та наявності вільного соціального простору, де є можливість для реалізації своїх творчих амбіцій. У ситуації, де немає політичної, творчої і духовної свободи, креативний клас маргіналізується, його сукупний потенціал знижується і починається «відплив інтелекту».

3. Креативний клас має пряму вигоду від інноваційної модернізації, яка сьогодні забезпечує провідні позиції економічно розвинутих країн. Саме у креативних центрах можна спостерігати велику концентрацію креативного

класу, творчих економічних результатів у формі інновацій і розвиток сектору високих технологій. Формування креативних центрів більшою мірою залежить від активної державної політики, спрямованої на підтримку креативного класу, аніж від традиційних економічних чинників (доступності природних ресурсів, розвитку інфраструктури тощо). Акцент робиться на розвиток інтегрованих екосистем з тісним взаємозв’язком мистецького, культурного, технологічного та економічного характеру. Таке сусідство забезпечує креативним професіоналам натхнення, відчуття спільноти і «свого місця», завдяки яким і креативний процес просувається ефективніше.

4. Перше місце в індустріальному суспільстві належить конкуренції, а, отже, індивідуалізму, прихованим досягненням, досвіду і технологіям. Креативний клас, метою якого є створення ідей, не може розвиватися без інтеграції, солідарності, розуміння викликів глобалізації, що, відповідно, змінює й етику державних відносин (від конкурентних до колаборативних). Чим більше ідей поширюється, тим дорожчими вони стають, а їх автори багатшими. Тому, креативний клас характеризується міцними інтеграційними зв’язками і співпрацею.

До додаткових характеристик належать:

1. Робота без суворого графіку: творцям важко працювати протягом визначеного періоду часу, так би мовити «від години до години», але вони рідко не працюють.

2. Робота в різних просторах, котрі творчо надихають: у себе вдома, в парку/кав'ярні/готелі, на березі моря тощо.

3. Відсутність дрес-коду: відмова від класичних чи ділових костюмів, сорочок, галстуків тощо і використання виключно зручного одягу (джинсів, футболок, светрів, спортивного взуття тощо).

4. Навчання протягом життя (англ. *lifelong learning*): постійне пізнання, прийняття інновацій, відкриття нових напрямків професійної діяльності.

5. Багатомовність: як правило, на додаток до рідної мови, вони знають, ще дві-три іноземних мови: першу англійську, знання якої робить доступним більший масив інформації.

6. Віддалена робота: роботодавець може перебувати в іншому місті/країні/континенті.

7. Відмова від регулювання традиційних трудових відносин: перехід на особисте управління, мотивація орієнтована на контроль «м'якої руки», справедливого визнання, а не побудову кар'єри, при цьому особливе значення має створення особистого портфоліо.

8. Автономна робота: самостійне визначення робочого часу і змісту, створення робочого плану та індивідуальна координація його імплементації.

9. Певний спосіб проведення вільного часу: зазвичай, інтелектуальні, а не традиційні форми дозвілля, велика увага приділяється спорту і здоровому способу життя.

На рис. 2.6 показано класифікацію представників креативного класу, які умовно можна поділити на три групи: особи, які займають робочі місця, що базуються на інноваціях; особи, які представляють професії на основі знань і компетенцій; та представники професій креативного (культурного) виробництва.

Рис.2.6. Класифікація представників креативного класу

Джерело: розроблено автором.

Представники креативного класу з огляду на природу їхньої роботи представляють нову форму економічної діяльності незалежний креативний бізнес, що особливо привабливий для молодих людей, які завдяки своїй креативності можуть реалізувати себе, створюючи нові робочі місця. Незалежні креативні підприємства почали процвітати в останні десятиліття XX століття, коли сформувалися конкретні умови, які описані К. Оклі [307]: технології, цінності, економіка (Табл. 2.4). Зіткнення цих трьох чинників породило незалежні креативні підприємства.

Таблиця 2.4.

Чинники зародження незалежних креативних підприємств

Технолоії	Цінності	Економіка
Покоління Білла Гейтса і Стіва Джобса було першим, яке (завдяки їм) було забезпечене комп'ютерами, Інтернетом	Незалежні підприємства почали створюватися людьми, які виросли з музикою *The Beatles*, і називали себе «діти квітів»,	Поява незалежних підприємств збіглася в часі з економічними проблемами багатьох країн, коли мав місце спад

Технолоії	Цінності	Економіка
і всіма можливостями цих технологій. Вони дозволили створити персональне робоче місце, працювати незалежно один від одного і пропонувати свою продукцію на стадії розробки потенційним покупцям по всьому світу.	ставши хіпі. Це було покоління бунтівників, котрі заперечували будь-які правила, а найбільше в світі любили свободу і свій вибір. Ці цінності вели їх протягом всього життя. Саме тому позаштатна робота, можливість реалізації себе в інших проектах і постійне вдосконалення відповідали їхнім потребам найбільшою мірою.	у фінансуванні художніх і творчих інститутів, і, як наслідок, –звільнення працівників. У той час позаштатна робота або бізнес був найкращим варіантом. Молоді і сміливі люди бачили в ньому можливості для генерування нових ідей, які вестимуть їх вперед. Таким чином, не випадково, що більше 25% представників креативного класу молодше 30 років, так як сама діяльність вимагає застосування інновацій, нових компетенцій тощо. Бути креативним означає дивувати суспільство своїми оригінальними ідеями і отримувати значну комерційну вигоду від цього.

Джерело: розроблено автором.

Хоча креативний клас досі є кількісно меншим, аніж робітничий і службовий класи, креативні люди мають набагато важливіше значення в розвитку суспільства, оскільки їх економічна роль полягає в створенні нових ідей, контенту, технологій. Від результатів їх роботи залежать досягнення двох інших класів, представники котрих отримують заробітну плату в порядку виконання означених завдань (виробляючи прогнозовану кількість продукції, обслуговуючи конкретну кількість клієнтів тощо). Представники креативного класу отримують платню за «створення». Їхній внесок у додану вартість в країні настільки важливий, що деякі дослідники пропонують брати до уваги креативний капітал і креативний потенціал, як реальний капітал.

Разом з тим, Р. Флоріда наголошує на тому, що формування креативного класу знаходиться на стадії становлення, однак його представники не ідентифікують себе як клас: креативний клас це скорочена назва приблизно

третини робітників у США та світі загалом, котрим щастить отримувати грошову компенсацію за результати своєї творчої праці.

Становлення креативного класу в країні не приводить до автоматичного виникнення креативного суспільства. Необхідна наявність критичної маси креативних працівників, які стануть найважливішою соціальною групою в креативному суспільстві. Науковці стверджують, що креативним суспільством може називатися таке суспільство, в якому 25-30% робочої сили становлять представники креативного класу.

Цікавим є той факт, що креативні люди існували у всіх типах суспільства. Платон, Арістотель, Леонардо да Вінчі, Мікеланджело, Моцарт, Растреллі, Л. Толстой представники креативного класу різних епох. Яскравим представником креативного сектору був і Людвіг II, який став правителем Баварії, маючи ледь 18 років (1864-1886). Так як він мав творчу душу, не хотів просто правити, а тому почав будувати замки, колекціонувати твори мистецтва. Оточення не розуміло таких державних витрат і виступило проти нього. Людям важко було зрозуміти творчий і фінансовий потенціал цих інвестицій в майбутньому. Лише через 100 років завдяки замкам, побудованим Людвігом II, туристичний ринок Баварії став найрозвиненішим в Німеччині, забезпечивши щорічний дохід у розмірі 45 млн євро. Один лише замок Нойшванштайн щорічно відвідують 1,4 млн туристів [356].

Однак, специфіка роботи не завжди була зрозуміла і прийнята суспільством, яке навіть у XXI столітті часто надає «особливим» видам діяльності матеріального вираження. Все, що пов'язано з інтелектуальним, духовним чи мистецьким продуктом, часто вважається непотрібним, марною річчю. Від епохи Відродження творці ідентифікуються як «вільні митці», підкреслюючи, що вони «вільні» від роботи в традиційному значенні.

Основними перепонами на шляху креативності є обмеженість мислення і лінійність, тому саме нове мислення здатне стимулювати її розвиток, для якого характерно:

1) розширення методів пізнання і форм комунікацій;

2) створення простору для колаборації на основі запровадження експериментів, конструктивної критики, врахування ідей кожного співробітника;

3) різноманітність підходів до вирішення проблем із залученням максимально великої кількості провідних спеціалістів, що сприятиме креативному підходу у пошуку оптимальних рішень.

Вважається, що кожна людина може стати членом креативного класу, тому що креативність це не розумова спроможність, а вміння узагальнювати. Це огляд даних, сприйняття і вибір матеріалу для створення чого-небудь нового і корисного. Для того, аби досягнути такого результату, необхідно, щоб різні, інколи, на перший погляд, зовсім несумісні одна з одною ідеї, зливалися в єдине якісне рішення. Іншими словами, ефективне вирішення проблеми завжди креативне.

Втім, поняття «креативного класу» проблематичне, його критикують за елітизм. У гонитві за успіхом і креативністю іноді забувається принцип розвитку «креативних спільнот», який формулюють так: «ensure that no one is left behind» («Переконайтеся в тому, що ні про кого не забули») [362, с. 8]. Нерідко в міжнародній практиці можна спостерігати ситуацію, коли інтереси «креативного класу» йдуть врозріз з інтересами інших соціальних груп. Креативність іноді служить в якості нового способу для вибудовування соціальних кордонів і соціального виключення, «креативні» соціальні групи заявляють про свою перевагу і пріоритетне право голосу.

Цікавий приклад такої «виключної» і навіть дискримінаційної по відношенню до «некреативних» людей позиції думка одного з лідерів руху сквотерів в Амстердамі, озвучена в фільмі «Креативність і капіталістичне місто» («Creativity and the Capitalist City», Нідерланди / Німеччина, 2011, реж.Tino Buchholz): «If you're an average citizen you can not live here. This is Amsterdam. This is a smart city in bigger urban context» («Якщо ви звичайний громадянин вам тут не місце. Це ж Амстердам! Це «розумне» місто в глобальному міському контексті»). Цікаво, що саме Амстердам одне з

визнаних креативних міст світу недавно виявився об'єктом критики. Креативна політика Амстердаму розглядається як один із проявів неоліберального урбанізму, при якому міська політика і сфера культури виявилися «колонізовані» бізнес-структурами [473, с. 20]. Як стверджує Дж. Пек, ця концепція виправдовує соціальну нерівність. Креативний клас це переможна третина суспільства, а ті дві третини, що лишаються у програші, мають учитися жити як переможці. Це ніщо інше, як пропозиція робочому класові чи касті працівників обслуговування витягнути себе з болота за волосся. Це, знову ж таки, легітимація нерівності [474].

Ще одним аргументом не на користь становленню креативного класу є один із наслідків привілейованого становища креативних професіоналів – джентрифікація міських кварталів [389]: поступова зміна населення, подорожчання житла, поліпшення інфраструктури і загальний благоустрій. В цілому, все не так і погано, якби не вимушене переселення менш забезпечених жителів районів, які підлягають джентрифікації, зростання цін на житло тощо.

2.4. Міжнародний і вітчизняний досвід регіонального розвитку креативних індустрій.

Ще вкінці 1990-х років креативні індустрії були визнані ключовим, стратегічно важливим елементом соціально-економічного розвитку і вже з початку 2000-х років багато країн почили рухатися у напрямі розвитку креативного сектору. Вкінці XX століття, коли почали з’являтися зачатки креативного суспільства, воно вже було сформоване в США, Великобританії, Ірландії, Бельгії, Нідерландах і скандинавських країнах. В останні роки ряди креативних суспільств швидко поповнюються азіатськими країнами.

Креативні індустрії впливають на формування доходів (2,25 млрд дол. США у 2015 р., перевершивши доходи від телекомунікаційних послуг (1,57

млрд дол. США) і ВВП Індії (1,90 млрд дол. США)), створення робочих місць (30 млн робочих місць у всьому світі, що становить 1% світового економічно активного населення) й експортні надходження (за останні 10 років світовий товарообіг креативної продукції збільшився більше, ніж вдвічі, і сягнув 624 млрд дол. США) [451].

Найбільшими джерелами доходів у 2015 р. були такі підсектори креативних індустрій, як телебачення, візуальне мистецтво і видавнича справа (журнали і газети). Цікаво, що візуальне мистецтво входить і до трійки (посідаючи перше місце) найбільших підсекторів-роботодавців разом з книговиданням і музичною індустрією (Рис. 2.7).

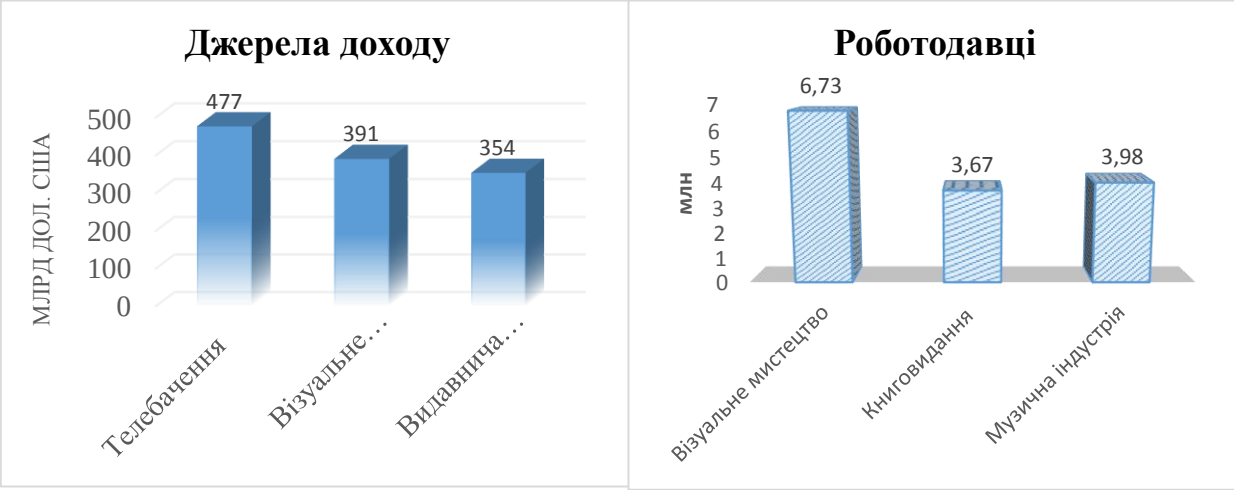


Рис. 2.7. Найприбутковіші підсектори креативних індустрій і найбільші роботодавці

Джерело: розроблено автором.

Виконавче мистецтво є найбільшим роботодавцем в неформальній економіці[4], забезпечуючи формальну музику і театральні виступи (вуличні вистави, фестивалі та концерти, які не платять за авторські права, приватні виступи на весіллях і похоронах тощо), які часто є безкоштовними для глядачів. В Африці такі виступи іноді фінансуються окремими спонсорами.

Зрілі ринки залишаються найбільш привабливими для інвестицій креативними компаніями й організаціями, проте Китай та Індія є ринками, що

[4] Неформальна економіка сегмент тіньової економіки, що виявляється в дозволеній, але формально не зареєстрованій, а отже і не залученій до офіційної статистичної звітності економічній діяльності.

розвиваються, (це обумовлено їх потужним зростанням і довгостроковим потенціалом), а тому саме на них зупиняють свій вибір багато бізнесменів. Швидка поява азійського середнього класу перетворила регіон в локомотив економічного зростання. Поступова інтеграція азіатських країн в глобальну торговельну систему протягом останніх десятиліть та пов'язане з нею підвищення ефективності управління забезпечують доступ населення до багатства і дозвілля, трансформувавши таким чином його в культурних споживачів. Покращення добробуту і грамотності дозволяють отримати більше культурного розуміння, особливо в Китаї, а також в густонаселених країнах з економікою, що розвивається, таких як Індонезія і Філіппіни. Таким чином, країни Азіатсько-Тихоокеанського регіону в останні роки досягнули чималого успіху у розвитку креативної економіки. У сукупності вони забезпечують майже три чверті всіх світових інновацій, незважаючи на те, що в них проживає всього лише 9% чисельності населення світу. Так, найвища частка креативного класу сконцентрована в Сінгапурі 47,3% (це вище, ніж у будь-якій іншій країні світу), на Філіппінах 20% (для порівняння: в Канаді представників креативного класу 40,8%, а в США трохи більше 35%). Вже сьогодні Азіатсько-Тихоокеанський регіон нараховує 743 млрд дол. США доходу від креативних індустрій (33% світового обсягу продажів креативної продукції) і представляє 12,7 млн робочих місць (43% робочих місць в креативних індустріях у світовому вимірі).

В багатьох країнах Азіатсько-Тихоокенського регіону спостерігається швидке економічне зростання, що стимулює розвиток ринку, зокрема поле для діяльності архітекторів, які конкурують за зведення будинків, офісів і розважальних закладів. Цей вид діяльності продовжує інтенсифікуватися і вже на етапі випередження розвинених країн. Наприклад, в Японії 87% житла нові будівлі порівняно з країнами Заходу, де цей показник становить 11-34%. Попит обумовлений своєрідним культурним явищем: будинки зносять і замінюють в середньому кожні 38 років, оскільки вони швидко знецінюються (кожні 15 років), як споживчі товари тривалого користування (автомобілі,

холодильники). Ентузіазм щодо відновлення заохочується і в результаті стихійних лих (землетрусів, цунамі, пожеж). Це означає, що Японія будує стільки ж будинків щороку, скільки і США, хоча її населення на третину менше.

Японія є раєм для архітекторів: вона має в чотири рази більше спеціалістів, котрі користуються вражаючою міжнародною репутацією, на душу населення, ніж США. Так, японський архітектор Тойо Іто лауреат Прітцкерівської премії 2013 (найпрестижнішого в світі призу для архітекторів). Він спроектував десятки структур від будинків до бібліотек у всьому світі. У 2014 році Шігеру Бан виграв той же приз за переробку матеріалів для виготовлення конструкцій в зонах стихійних лих. Крім того, два японських архітектори Касуйо Седжіма і Рай Нішізава спроектували музей Лувр-Ланс в Франції [472]. Таким чином, глобальні зміни, що відбуваються в архітектурному світі, саме зараз кристалізуються в Японії. Останні п’ять років вважаються одним з найбільш новаторських періодів в японській історії дизайну.

Азіатський ринок є домом для таких лідерів креативних індустрій, як Tencent (ключовий учасник з продукування ігор і підтримки мережі обміну швидкими повідомленнями), CCTV (система телевізійних каналів континентального Китаю, де працюють близько 10 тис. спеціалістів) і Yomiuri Shimbun (газета, що має найбільший обіг у світі, тираж якої складає 10 млн копій на день).

Втім, специфічною особливістю розвитку креативних індустрій в цьому регіоні сьогодні є їх вплив на мас-медіа завдяки демографічним й економічним змінам. Найяскравішим прикладом в цьому випадку є знову ж таки Японія, яка зараз бореться з суттєвими змінами: населення зменшується, спостерігається економічний застій, технологічні компанії стикаються з труднощами. Всі ці аспекти відображені в інформації, яку доносять дві газети, Yomiuri Shimbun (про котру згадувалося вище) і Asahi Shimbun, що є світовими бестселерами. Поміж рядків йдеться про старіння нації, складнощі в процесі адаптації до

нової епохи і жорстку економію. Незважаючи на те, що газети читає 83,6% населення країни (однаковою мірою міське і сільське), друковані ЗМІ втрачають свою привабливість для молоді, яка все частіше читає онлайн. Відтак, продажі газет впали на 18% з 2000 р. Більше того, очікується, що ставка споживчого податку незабаром знову буде піднята, що, звичайно, також негативно вплине на обсяги продажів газет в країні [315].

Іншою країною в цьому регіоні, де креативні індустрії розвиваються дуже інтенсивно, є Індія. Індія це світовий другий за обсягом ринок переглядів музичних відео на YouTube, становлячи майже 100 млн переглядів на місяць. А індійська книжкова індустрія є десятим за величиною книжковим ринком, що переживає найшвидше зростання доходів у світі від реалізації книг. В цілому, споживачі Азіатсько-Тихоокеанського регіону зацікавлені у продукуванні газет і відеоігор, що становить на 14,2% і 0,7% вище середнього світового показника відповідно.

Європа і Північна Америка є другим і третім відповідно за величиною ринками креативної продукції. Креативна економіка Європи сягає своїм корінням в її історію: регіон має унікальну концентрацію мистецьких і культурних об’єктів. Разом з тим, Європа залишається законодавцем на світовій арені, у першу чергу задяки Великобританії, де усе й почалось. Коли уряд М. Тетчер затіяв процес деіндустріалізації, на креативний сектор звернули увагу фактично вимушено. Це перша країна, де була організованість в процесах і політика щодо креативної економіки, яка з’явилась на рівні урядового документу. Вважається, що в недалекому майбутньому Великобританія може стати світовим креативним хабом зоною культурних обмінів. І це не випадково: саме Великобританія є лідером на арт-ринку, особливо з огляду на її сучасне мистецтво. Французька компанія Publicis, у свою чергу, є центральним гравцем в сфері глобальної реклами. 7 з 10 найбільш відвідуваних музеїв в світі є європейськими (3 з них в Парижі, два в Лондоні) і 30 з 69 «Креативних міст» згідно ЮНЕСКО також європейські. Європейська креативна економіка опирається ще й на добре структуровану

екосистему, в якій функціонують великі гравці креативних індустрій (WPP Group, Pearson, Axel Springer, Universal, Ubisoft та ін.) [315].

Північноамериканський ринок підсилений провідними культурними і розважальними учасниками: регіон є найбільшим ринком для телебачення (182 млрд дол. США), фільмів (28 млрд дол. США) і радіо (21 млрд дол. США). Північна Америка також знаходиться в авангарді цифрових трансформацій, представляючи найбільшу кількість споживачів цифрового контенту (47% цифрової дистрибуції і доходів, випереджаючи Азію (25%) і Європу (24%)).

Четверте місце посідає Латинська Америка і Карибський басейн. Цей регіон володіє багатою культурною і природною спадщиною: 131 об’єкт внесено до Списку всесвітньої спадщини, а багато латиноамериканських письменників домоглися глобального визнання. Регіональний ринок креативних індустрій також набирає обертів. Мульти-медіа конгломерати, такі як Grupo Globo в Бразилії, Grupo Televisa в Мексиці і Grupo Clarin в Аргентині, володіють правами на поширення телерадіомовлення і продукують власні телепрограми, захопивши чималу аудиторію [439].

Африка і Близький Схід займають п’яту позицію, причому гравці креативного сектору бачать великі можливості для розвитку саме в цих двох регіонах. Африканська музика займає центральне місце в розвитку популярної музики в Північній і Південній Америці і навіть в Європі. Сьогодні африканські суспільства, володіючи культурними багатствами, намагаються охопити і використати можливості, запропоновані новими технологіями та комерційними ринками. Продукування фільмів зараз є рушійним чинником зростання зайнятості в креативних індустріях, демонструючи вражаючі успіхи, такі як розвиток Nollywood нігерійської кіноіндустрії, де в даний час безпосередньо працюють 300 тис. осіб. Однак, африканський ринок слабоструктурований, а креативні продукти в значній мірі реалізуються в неформальній економіці, яка працевлаштовує більше 547 тис. осіб і генерує 4,2 млрд дол. США [350].

На Близькому Сході передові позиції в креативному секторі належать телеринку і візуальному мистецтву. Значне збільшення чисельності населення і продовження економічного розвитку забезпечують потужні перспективи зростання. Попит і споживання телемовлення набагато більше, аніж в більшості розвинених країн. З метою задоволення споживчого попиту, ТВ сектор Близького Сходу буквально квітнув, як свідчить зростання витрат на рекламу в цьому регіоні (майже 4,5% в період з 2012 р. по 2015 р.) (Рис. 2.8) [316].

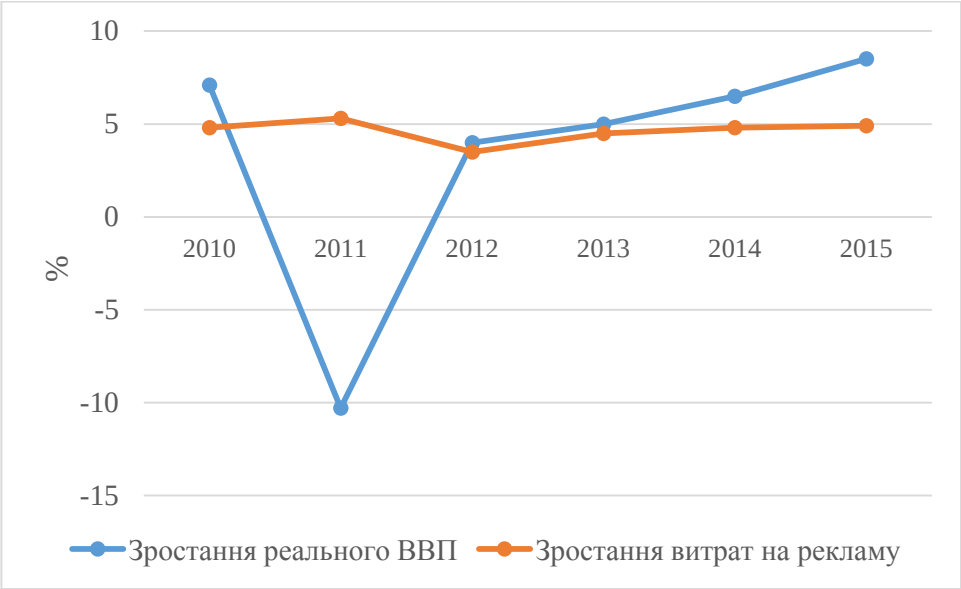


Рис. 2.8. Компаративна характеристика зростання витрат на рекламу щодо зростання реального ВВП в арабському регіоні, 2010-2015

Джерело: розроблено автором.

Згідно Всесвітньої асоціації виставкової індустрії, 80% організацій в регіоні залишаються оптимістичними щодо перспективного майбутнього виставкової індустрії, незважаючи на глобальний економічний спад в 2008 р. і наслідків «Арабської весни» (2011). Відповідно, починаючи з 2006 р., спостерігається збільшення кількості організованих торгових ярмарок на 14% і збільшення доступної виставкової площі на 21%. ОАЕ на даний час надають найбільшу криту виставкову площу, що становить 31% від загальної в регіоні. Дубай залишається регіональним центром, який примає найбільшу кількість подій і заходів серед міст (104), і представляє максимальну криту виставкову

площу 17% від загальної в регіоні. Іран приймає найбільшу кількість подій і заходів серед країн (219) в шести містах. Як провідні бізнес-центри, Абу-Дабі і Доха збільшили кількість проведених виставок на 230%, починаючи з 2006 р.

Країни Близького Сходу багато інвестують у великі музеї. Лувр Абу-Дабі є найкращим прикладом у цьому випадку. Спроектований Жаном Нувелем, музей є результатом міжурядової угоди між ОАЕ і Францією, відкриття якого планується у 2017 р. Вважається, що Лувр Абу-Дабі стане одним з найбільш символічних музеїв в арабському світі, оскільки майбутня культурна динамічна сила сучасного світу знаходиться на Близькому Сході. Більше того, Дубай планує інвестувати 136 млн дол. США в «Музей майбутнього» технологічний музей, який продукуватиме футуристичні винаходи з використанням передових 3D друкованих конструкцій і який також буде відкритий для публіки в 2017 р. Передбачається, що цей музей стане інкубатором ідей і проектів та сприятиме становленню ОАЕ як світового інноваційного центру (Рис. 2.9).

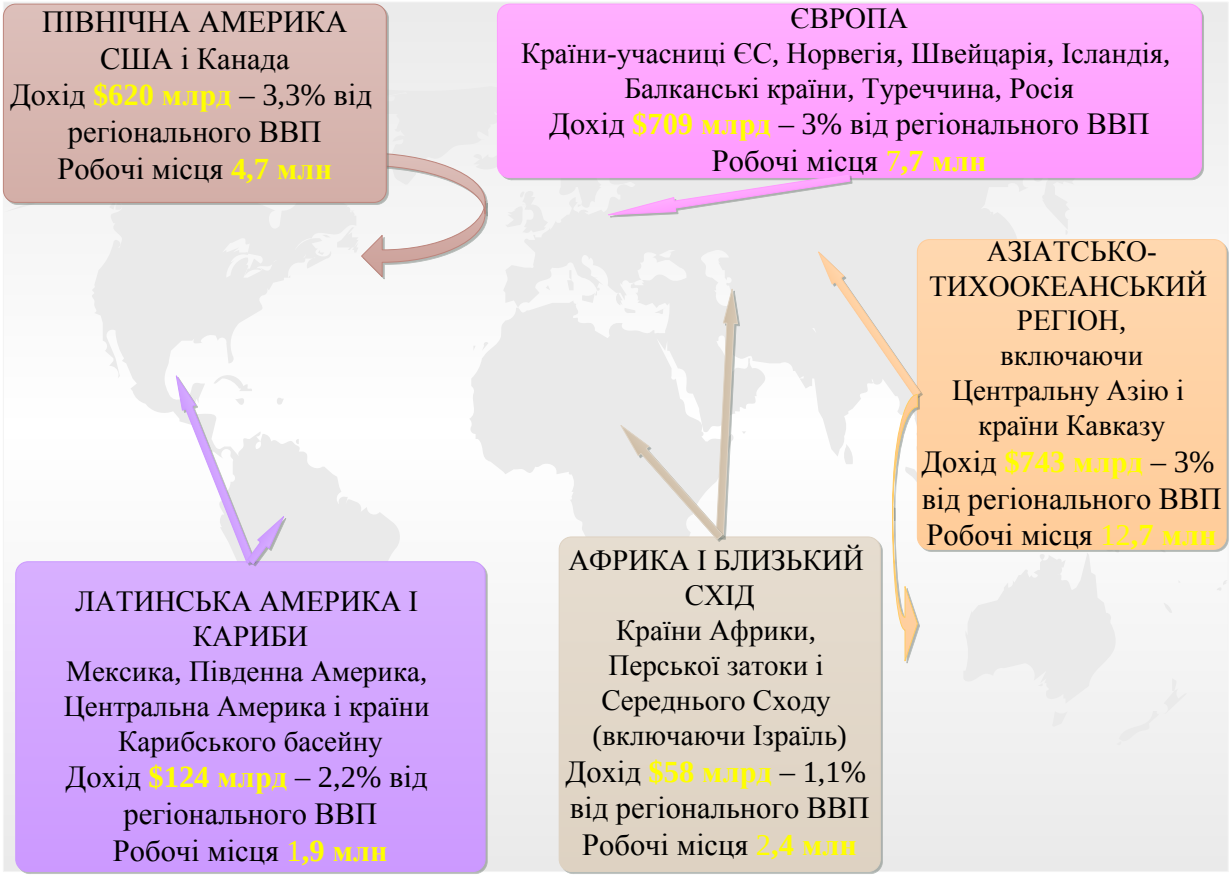


Рис. 2.9. Характеристика основних регіонів світу з найбільш розвиненими ринками креативних індустрій

Джерело: розроблено автором.

У Європі та багатьох інших регіонах світу креативний сектор плавно перетворюється в найважливіший девіз соціально-економічних змін, при цьому абсолютним лідером у виробництві креативної продукції вважаються США. Туди щороку приїжджає креативна молодь з усіх куточків світу, адже саме в Сполучених Штатах створені умови для реалізації найсміливіших ідей. В даний час креативний клас у глобальному розрізі представлений майже третиною робочої сили США, тобто близько 38 млн осіб. Половина зарплатні цієї країни виплачуються саме в креативному секторі, тобто в тій мірі, в якій вона сплачується у виробничій сфері і сфері послуг.

Найбільша концентрація працівників, пов’язаних з креативними індустріями, спостерігається у Франції (особливо в Парижі) і Великобританії (особливо в Лондоні). В деяких сегментах цього сектору концентрація представників креативного класу є великою в Іспанії, Бельгії, Німеччині й

Італії. Чималою є концентрація працівників в креативних індустріях скандинавських країн (особливо в їх столицях).

Діяльність креативних кластерів стає стимулом для підвищення інноваційного потенціалу економіки в цілому і креативної економіки зокрема, яка є серйозною альтернативою сировинному економічному розвитку. Визначаючи креативні індустрії пріоритетним напрямом, уряди зарубіжних країн перетворюють цей сектор у важливе джерело доходів. Все це веде до загального результату: оренда заводів, які пустують, облаштування територій, оформлення міського середовища, реалізація творчих ініціатив, притік туристів [291].

У Великобританії уряд, який взяв курс на постіндустріальний розвиток і креативну економіку, зробив креативні кластери своєрідним антикризовим засобом, який позитивно вплинув на імідж країни і тим самим створив умови для економічного зростання. В Великобританії багато старих заводів, які колись належали приватним компаніям, виробництво котрих переносено в Китай. Ці пустуючі приміщення заповнюються креативними підприємствами у формі багатофункціональних офісів, міністудій, бізнес-інкубаторів і бізнес-акселераторів.

Креативна економіка сприяє й економічній реінтеграції. Наприклад, місто Ліверпуль надає допомогу більш, ніж 200 креативним організаціям, починаючи від Ліверпульського філармонічного оркестру і театру Everyman («Театру для всіх») і закінчуючи малими креативними підприємствами локального рівня. При цьому посил Міської ради Ліверпуля до всіх цих організацій полягав у тому, що їх підтримують, але в майбутньому для цього може бути недостатньо коштів, щоб забезпечити їх грантами; тому ці організації повинні стати більш заповзятливими і знайти способи заробляти реальні доходи від власної діяльності. А, щоб надати креативним підприємствам більше ентузіазму, міськрада створила спеціальну програму, завдяки якій вони не лише навчилися отримувати більше грошей, а й виробили власне підприємницьке мислення.

Європейський досвід свідчить про неоднакові сценарії і форми соціально-фінансових партнерств розвитку креативних індустрій у регіонах. За даними ЮНКТАД, в цілому до креативних індустрій в Європейському Союзі належить майже мільйон компаній і функціонує 1784 креативних кластери. Більше 60% підприємств з продукування кінофільмів, відео і музики, відеоігор, програмного забезпечення і сфери дизайну та архітектури об'єднані у кластери. Менш кластеризованими є фотоіндустрія, R&D, сфера культури. В середньому в кожній галузі функціонує 119 креативних кластерів, причому ця цифра варіюється від 10 (сфера культури) до 358 (проектування).

Так, в Хельсінкі (Фінляндія), коли компанія «Nokia» перестала виробляти кабель, звільнені площі були передані групі людей, які безпосередньо пов'язані з мистецтвом. Сьогодні там успішно діє креативний кластер «Cablefactory» з персоналом в кількості майже 900 осіб, які представляють як художників-авангардистів, так і майстрів народних промислів. «Cablefactory» включає приміщення для проведення масових заходів, виставок, презентацій, фестивалів, галерею сучасного мистецтва і маленькі вистакові зали [235, с. 27]. Загалом в Фінляндії до креативних кластерів належать парки атракціонів і рекреаційна діяльність [105, с. 202 216].

У Відні (Австрія) діє кластер-музей «MuseumQuartier 21», особливість роботи якого полягає в синергійній діяльності. У віденському культурному центрі спільно працюють талановиті люди в рамках візуального мистецтва. До проектів, які реалізовуються, належать: форум дизайну, фестиваль моди і зачісок, презентація музичних альбомів, записаних в студії кластеру, кулінарний фестиваль тощо. Все це в результаті формує мультикультурний центр мистецтва, де можна спостерігати як процес створення продукту, так і процеси його презентації та реалізації. В цілому, формування креативних кластерів відбувається з обов'язковою підтримкою з боку держави, яка може створити сприятливі умови для взаємодії представників бізнесу і креативного середовища.

В Швеції успішно функціонує мультикультурний проект «Subtopia» як підтвердження того, що інститути культури, колективи й організації можуть стати не видатковою, а дохідною статею бюджету країни [304].

Наймасштабніші кластери знаходяться в центральній частині великих міст Європи, які, як правило, є і культурними центрами. Найрозвиненішими в цьому контексті є Лондон і Париж, де функціонує аж по 11 найпотужніших креативних кластери. У даному переліку фігурує половина столиць провідних країн Європи (Табл. 2.5). Вражаюча концентрація кластерів спостерігається в Бенілюксі, Іль де Франс і Південній Англії.

Таблиця 2.5.

Територіальне розміщення наймасштабніших європейських креативних кластерів

Кількість кластерів	Місце розташування
11	Лондон
11	Париж
5	Мадрид
5	Стокгольм
3	Берлін
3	Брюссель
3	Лісабон
3	Мюнхен
2	Барселона
2	Гельсінкі
2	Мілан
2	Рим
1	Копенгаген
1	Гетеборг

Джерело: розроблено автором.

Разом з тим, Європа потерпає від нестачі середнього бізнесу в креативному секторів, оскільки малим підприємствам не вистачає грошей на розширення своєї діяльності. Європейська комісія закликає до створення нових інструментів підтримки креативних індустрій і посилення розвитку в них малого бізнесу. Нові схеми фінансування мають включати нові шляхи доступу до фінансів, наприклад, краудфандинг, цільове державне фінансування тощо. Так, німецька видавнича група Axel Springer через свій

американський підрозділ успішно інвестувала в кілька цифрових і креативних стартапи, пристосовуючись таким чином до змін в сфері продукування газет.

Поряд з економічними вигодами креативна економіка створює нематеріальні цінності та забезпечує сталий розвиток, орієнтований на людину.

З огляду на ці фактори, інновації і креативність є одним з трьох пріоритетних напрямів програми соціально-економічного розвитку ЄС «Європа 2020», причому 2009 рік став відомий як Європейський рік креативності та інновацій (EYCI), метою якого була підтримка зусиль держав щодо сприяння розвитку творчості в рамках навчання протягом усього життя, як драйверу для інновацій, ключового фактору розвитку особистості, її професійної, соціальної і підприємницької характеристик та благополуччя всіх членів суспільства [507].

Варто відзначити, що міжнародний досвід в цьому контексті доволі різноманітний, так як країни практикують усілякі сценарії формування креативних індустрій, ґрунтуючись на національних і культурних особливостях. Наприклад, Естонія маленька країна з високим рівнем довіри до уряду, яка знаходиться більше у північноєвропейському ціннісному просторі. Там діють успішні моделі створення креативних інкубаторів для співпраці з містом, європейськими структурами і фондами.

В Бангкоку (Таїланд) зареєстровано понад 20 тис. фірм в одній тільки індустрії моди, тоді як в цілому регіоні молодь заробляє на життя дрібномасштабним дизайном. А в Чіангмаї на півночі Таїланду почали реалізовувати спільну ініціативу «Чіангмай креативне місто», задуманої представниками сфери освіти, приватного сектору, державної влади і місцевих громад, як аналітичного центру і платформи для заведення корисних професійних знайомств. Проект, який опирається на всі місцеві культурні цінності, спрямований на трансформацію міста в більш привабливе середовище для життя, роботи і капіталовкладень разом з його маркетинговою презентацією в якості одного з основних претендентів на інвестування,

підприємницьку діяльність і розвиток креативного сектору. Асоціація «Афрікультурбан» створила в Пікіні (Сенегал) «Хіп-хоп академію», яка пропонує місцевій молоді навчання в області цифрової графіки та дизайну, створення музичного контенту і відеовиробництва, управління рекламними кампаніями і маркетингу, а також курси діджеїв та англійської мови. Ця новаторська програма допомагає молодим представникам креативної індустрії більш ефективно діяти на місцевому та глобальному ринках, які зазнають безперервних перетворень мистецького і технологічного характеру. В Шанхаї основний акцент креативних індустрій був зроблений на рекламі і креативних продуктах, створених за допомогою мультимедіа і 3D, а також було передбачено ціленаправлене формування тисячі креативних парків, просторів й унікальних зон.

В Аргентині креативні індустрії забезпечують робочими місцями 300 тис. осіб і становлять 3,5% ВВП країни [363]. Тоді як у Марокко лише видавнича і друкарська справа забезпечує роботою 1,8% економічно активного населення, а загальна виручка становить понад 370 млн дол. США. У 2009 р. музичну індустрію можна було оцінити в більш, ніж 54 млн дол. США; з тих пір ця цифра продовжує зростати.

Доцільно навести приклади розвитку індустрії побутових текстильних виробів в Наньтуні (Китай) і діяльності міської влади Буенос-Айреса з підтримки виробників контенту.

Творча діяльність сприяє значній зайнятості і розвитку кар'єри молоді в креативному секторі, який доволі відкритий для людей різного віку і професій. В Європі, в креативних індустріях зайнято більше люди віком 15-29 років, аніж в інших галузях економіки. До того ж, креативністю керує малий бізнес або окремі особи, що забезпечує розвиток гнучкого й інновативного підприємництва. Так, більше половини (53%) канадських розробників ігор є незалежними операторами, а в США художники мають в 3,5 рази більше шансів бути самозайнятими, ніж інші працівники країни в цілому.

Креативні індустрії мають значний потенціал для створення економічних можливостей для жінок. В багатьох країнах спостерігається тенденція сприяння креативного сектору участі жінок порівняно з іншими традиційними галузями, наприклад, жінки становлять 50% усіх працівників музичної індустрії. Однак, це не є нормою для всіх підсекторів чи категорій робочих місць креативних галузей: жінки становлять лише 17% всіх режисерів, сценаристів, продюсерів, виконавчих продюсерів, редакторів і кінематографістів, працюючих над топ-250 касових фільмів США. Це той самий показник, який був і в 1998 р. [509].

Тому важливі проблеми включають: доступ жінок до участі в культурному й економічному житті суспільства; доступ до кредитного та інвестиційного капіталу для реалізації їх проектів; а також доступ до права власності. Ці проблеми існують в рамках більш узагальненого набору складнощів, з якими стикаються творці при спробі забезпечити справедливу винагороду за свою роботу, а саме повага їх моральних прав, угода про переговори в умовах екстремальної асиметрії влади, забезпечення фінансової підтримки креативних проектів, всеціла ненадійність трудових договорів в багатьох підсекторах креативних галузей. У багатьох країнах, що розвиваються, і країнах з перехідною економікою, жінки-творці ймовірніше працюють в підсекторі народних ремесел або візуального мистецтва. Однак, для великої частки країн особливо тих, де законодавство про інтелектуальну власність слабке малоймовірно, що цей сектор має функціональну систему зареєстрованих авторських прав або потужну інституційну підтримку. Для переважної більшості жінок-творців ці труднощі посилюються, коли перетинаються з реаліями, з якими стикаються жінки при намаганні отримати доступ до економічної діяльності.

Україна, звичайно, поки що лише знаходиться на шляху економічного розвитку, який вже давно пройшли багато з вищевказанах країн, однак досвід створення і розвитку креативних індустрій від них перейняти може. Наша держава багата на природні ресурси і корисні копалини, а також має потужний

людський фактор (інтелект нації). Втім, ускладнена внутрішня ситуація і постійний зовнішній тиск стимулюють пошуки нових джерел економічного зростання і продуктивності.

Україна залишається осередком національної самобутності та унікальності завдяки традиціям та історичним подіям міжнародного значення, динамічній культурі і людям різних національностей, що в сукупності забезпечує її сталі переваги та відчуття натхнення і спритності для посилення економічного зростання в найближчому майбутньому. Відтак, в Україні є значний потенціал для розвитку як креативних індустрій, так і стимулювання креативних проектів в інших галузях економіки.

На жаль, треба констатувати, що в Україні креативної економіки немає. Є окремі креативні люди, тобто креативний клас, є і невеликі організації, самозайняті люди, яких можна назвати гравцями креативного сектору, проте самого сектору ще немає, не кажучи про економіку. В Україні (та інших країнах Східної Європи) спостерігається відсутність повноцінної інформації про креативні індустрії. Багато представників органів влади стверджує, що виникають серйозні труднощі з формулюванням державної політики в сфері культури через брак, а часто і повну відсутність, необхідної інформації про практичні методи та стратегії управління. Разом з тим, проблемою є і саме розуміння культури, її значення в сучасному світі і тієї ролі, яку вона може грати в модернізації суспільства й економіки. І навіть саме трактування культури, яке використовується в Україні, є застарілим і часто дуже вузьким, тому що опирається на концепції XIX століття або ідеї класичної культури з домішками радянського фольклору. Сприйняття і формулювання культури до сих пір залишається радянським, що створює реальні перешкоди для тих можливостей, які можуть забезпечити в країні креативні індустрії.

Крім того, в Україні не вистачає широкої взаємодії креативних індустрій і бракує кадрового забезпечення незважаючи на те, що в нації високий інтелектуальний рівень і значні креативні здібності. Відсутність грамотних спеціалістів, кураторів креативних проектів, арт-менеджерів, а також

посередників між продуцентом креативних продуктів і споживачем (критиків, колекціонерів, знавців мистецтва і цінителів моди тощо) не дозволяє ефективно використати потенціал креативного сектору. Перепоною є і те, що питання захисту прав інтелектуальної власності все ще не вирішене, що призводить до складнощів реалізації авторського права: необхідні зміни на рівні психології, соціальної моделі поведінки, самозайнятості, а ініціатива має йти знизу вверх.

Для креативних проектів надзвичайно важливі початкові інвестиції, оскільки креативний бізнес дуже ризикований, так як працює з невідомістю. Креативним проектам дуже важливо вміти себе презентувати, комунікувати з ринками, іншими продуцентами креативних продуктів і з тими, хто творить думку на цих ринках, залучати інвестиції, ставати частиною публічного простору через креативні хаби і коворкінги. В Україні вже сьогодні на стадії реалізації знаходиться чимало креативних проектів, до найпотужніших з яких належать:

1. Арт-завод «Платформа» (Київ) з однойменним коворкінгом[5], що позиціонує себе як креативний кластер та простір можливостей, який поєднує людей та ідеї. «Платформа» є центром освіти, музики, дизайну й IT-технологій.

2. Арт-кластер «Фабрика повидла» (Львів) це арт-кластер, де можна реалізувати ідеї щодо розвитку культури. Передбачається, що ця постіндустріальна територія має стати генератором розвитку сучасної самодостатньої української культури у Львові.

3. Креативний Квартал (Львів) новий багатофункціональний простір для підприємців у формі великого інноваційного культурного хабу, який поєднує близько 20 різних проектів: коворкінги, антикафе[6], креативний ресторан,

---

[5] Коворкінг (англ. *co-working* — спільно працювати) — це модель організації роботи людей з різним типом зайнятості у єдиному робочому просторі.

[6] Антикафе (також вільний простір, тайм-клуб, тайм-кафе) тип громадських закладів соціального спрямування, основною характеристикою котрих є оплата в першу чергу за проведений час, до вартості якого входять різні частування, розваги і заходи.

центр розвитку дітей, хакерспейси[7], творчі майстерні, еко-парк, центр урбаністики тощо. Цей проект є частиною стратегії розвитку міста, яка має перетворити Львів на Smart City сучасне місто, комфортне для інновацій. Він орієнтований не стільки на Європу, як на США. Креативний квартал підтримують такі світові бренди як Intel, Microsoft та Hewlett-Packard.

4. iHUB (Вінниця, Київ, Львів, Чернігів) мережа IT-коворкінгів, яка має на меті забезпечення доступу до освіти й інвестицій, а також створення простору для діяльності IT-компаній в Східній Європі.

Ці проекти реалізуються в Україні за підтримки зарубіжних і міжнародних компаній, в той час, як українські підприємства менш захоплені ідеєю креативності і не готові інвестувати в них. Так, одеський стартап Looksery був придбаний Snapchat як додаток до цієї соціальної мережі, а українська компанія Grammarly працює на англомовному ринку і має основні офіси в Києві та Сан-Франциско. В Україні переважно можна щось зробити у маленькій групі, звідси і бум коворкінгів, однак це потрібно піднімати на якісно вищий рівень, аби заявити про себе як про гравців економіки, підтягнути владу, власників старих ресурсів і монополій. Тут потрібні екосистема і партнерство, з чим в Україні доволі проблематично, і це виливається в інституційну слабкість, недовіру до інститутів та в нестачу анонімної довіри загалом. Парадоксально, але в українському законодавстві навіть немає такого поняття як «коворкінг», відповідно найбільші ризики полягають не в їх створенні чи функціонуванні, а в тому, як до їх діяльності відносяться контролюючі органи.

До того ж, розвиток креативних проектів в Україні потребує враховування і загальноукраїнських проблем, які сповільнюють даний процес: низький дохід більшості населення; стійке ментальне протиріччя між

[7] Хакерспейс (англ. *hackerspace*) або хакспейс (англ. *hackspace*) реальне (на противагу віртуальному) місце, де збираються люди із схожими інтересами, найчастіше науковими, технологічними, в цифровому або електронному мистецтві, спілкуванні і спільній творчості.

творчістю і комерцією; слаборозвинений малий і середній бізнес; відтік творчо обдарованих людей в інші країни.

З методологічної точки зору, в Україні існує проблема з національною статистичною базою у сфері креативних індустрій, яка потребує значного вдосконалення й узгодження того, що таке креативний сектор в нашій країні, які індикатори коди, за якими система статистики відстежує кількість гравців, робочих місць, обсяги ВВП, вивчає вплив на інші сектори, тобто ті важливі показники, які дають розуміння, як управляти процесом. Поточна національна статистична система не забезпечує потрібної інформації і даних про стан та розвиток підприємств креативного сектору, а індикатори, якими зазвичай оперують, зафіксовані міжнародними організаціями.

З точки зору економіки, Україна це відносно ізольований та невеликий ринок порівняно з ринками Європи, Північної Америки чи Австралії, а тому економічний вплив креативних індустрій незначний [215]. Внесок креативного сектору до ВВП України складає 3,47%, а до сфери зайнятості 1,91% у той час, як в Австралії ці показники становлять 10,3% і 8,0% відповідно. Втім, в Україні спостерігається позитивний вплив креативних індустрій на міжнародну торгівлю, про що свідчить збільшення товарообороту креативною продукцією на 18,8% у 2012 р. порівняно з 2008 р. Частка експорту збільшилася на 42,7% у загальній структурі експорту. Так, експорт однієї лише ІТ-сфери складає 42-45 млрд грн. Частка імпорту креативної продукції зросла лише на 7,1% у загальній структурі імпорту. Більшість українського імпорту надходить з країн, що розвиваються, і частково з розвинених економік.

Незважаючи на те, що товарооборот креативною продукцією збільшується, частка креативних товарів України в світовому експорті не перевищує 0,17%, які направляються переважно в країни з перехідною економікою. При цьому товарна структура експорту малодиферсифікована і включає в основному продукцію сфери дизайну, видавничої діяльності і творчих ремесел. До того ж, креативна продукція України часто реалізується

з метою задоволення духовних потреб, а не отримання прибутків, що не має позитивного ефекту у вітчизняній економіці.

Заради справедливості, треба відзначити, що в Україні все ж робляться перші кроки на державному рівні з метою покращення середовища для розвитку креативних індустрій. До таких можемо віднести ухвалення Верховною Радою України законопроект № 4496 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України (щодо усунення адміністративних бар'єрів для експорту послуг)» з метою сприяння українським IT-фахівцям, креативним індустріям і всім, хто надає інтелектуальні послуги, щоб ліквідувати штучний валютний контроль, який сьогодні не працює в цій галузі, а створює штучні регуляторні бар’єри [40].

Внутрішні позитивні тенденції вплинули і на окреслення сприятливого зовнішнього іміджу: позиція України на міжнародній арені доволі стійка і висока. Відповідно до Глобального індексу креативності Україна у 2015 р. посіла 45 місце у рейтингу зі 139 держав світу. Технології забезпечили їй 43 позицію, талант 24 і толерантність аж 105 [374] (Табл. 2.6). Варто наголосити, що пристойній позиції за індексом таланту, Україна завдячує високому рівню освіти населення і відносно великій частці креативного класу (29,75%).

Таблиця 2.6.

Позиціонування України згідно Глобального індексу креативності

	Технології			Талант			Толерантність			Глобальний індекс креативності
Україна	Інвестиції в R&D	Обсяг патентів на душу населення	Індекс технологій	Креативний клас	Рівень освіти	Індекс таланту	Расові й етнічні меншини	Сексуальні меншини	Індекс толерантності	0,518
	33	37	43	40	11	24	98	85	105	

Джерело: розроблено автором.

У технологічному аспекті Україна також успішно демонструє свій потенціал і можливості, однак з позиції толерантності українцям необхідно більш адекватно підходити до трансформацій, які мають місце в світі. Якими

гостинними не були б громадяни України, відношення до меншин (расових, етнічних і сексуальних) досить негативне, про що і свідчить 105 позиція за індексом толерантності в рейтингу.

Всі ці характеристики формулюють перспективи розвитку креативних індустрій в Україні:

1. Постає необхідність створення ефективної моделі креативного виробництва, яка має забезпечити свободу творчості всім авторам цієї сфери. З цією метою галузевий підхід до економічного управління слід замінити створенням бази, яка допоможе оцінити економічний потенціал різних форм креативних інституцій.

2. Стимулювання інноваційного потенціалу культури та підтримка міжнародного і міжрегіонального співробітництво авторів на основі створення поля, де культура буде простором для комунікації і створення чогось нового, посилить роль культури як фактору розуміння в суспільстві. Світ стає тісніший, є все більше можливостей швидко комунікувати.

3. Переглянуті стандарти профільної освіти в бік відкритості кращим світовим практикам, інвестиції в кадровий потенціал і створення мережі, де професіонали спілкуватимуться між собою та обмінюватимуться кращими практиками, підтримають міжнародну присутність країни і стимулюють освітні інкубатори в бізнес-секторі.

4. Медіа, одна з можливостей вижити українській економіці розвивати експортний потенціал, зокрема, креативної економіки. Щодо ринку телеіндустрії, для нашої країни перспективними є дві галузі: по-перше, це виробництво нових форматів та ідей. Їхня перевага у тому, що достатньо кількох успішних історій для прибутків у десятки мільйонів доларів. По-друге, слід звернути увагу на експорт послуг для замовників щодо фільмів, серіалів та рекламних роликів [141]. У цьому випадку підприємці залежні від держави, і є потреба у податкових пільгах. Податкова пільга буде сприяти не лише будівництву кіностудій, але й збільшенню робочих місць в Україні.

5. Стратегічними заходами щодо розвитку креативних кластерів можуть стати відповідні пріоритети культурної політики, розробка конкретних проектів і програм, відкриття арт-інкубаторів, створення сприятливого інвестиційного клімату, фінансово-податкові стимули як умови взаємодії креативності і бізнесу.

Переваги і недоліки розвитку креативного сектору, які між собою ще й взаємопов'язані, дають можливість сформулювати перспективи його розвитку. В його основі знаходяться закони глокалізації, тобто, коли локальні екзотичні речі стають все популярнішими в умовах глобального ринку, наприклад, розпис хною чи культура пабів. При цьому важливі дві складові: унікальність і глобальність. Українці також повинні знаходити у себе речі, які є унікальними і разом з тим цікавими та потрібними світу. Україна має багато талановитих людей, підприємств і громад з культурним бекграундом, які є носіями творчих ідей, а, оскільки креативна економіка будується на індивідуальній творчості, то це наша перевага і потенціал для розвитку. Національна рамкова політика, яка регулюватиме розвиток креативного сектору, та правильне використання українських традицій і культурної спадщини в процесі креативного виробництва допоможуть безстроково позиціонувати креативні галузі на внутрішньому і світовому ринках.

Креативна економіка це не суперціль; її варто розглядати як перехідний момент до нових високотехнологічних і високоінтелектуальних господарчих укладів. Креативна економіка успішно розвивається там, де розвинена відповідна інфраструктура. Лише за умови великих інфраструктурних зусиль і капіталовкладень, створення інституцій, де вирощується креативний потенціал (в європейській чи канадській практиці, наприклад, таку роль виконують креативні інкубатори), креативна економіка зможе існувати як економіка і стати панівним способом виробництва. Виникає необхідність створення неполітичної платформи, місця зустрічі креативних людей, де б вони могли обговорювати проекти, втілювати їх в життя, налагоджувати

контакти і разом створювати щось нове. В такому випадку інші бізнеси просто будуть вимушені пристосовуватись до нових умов (Рис. 2.10).

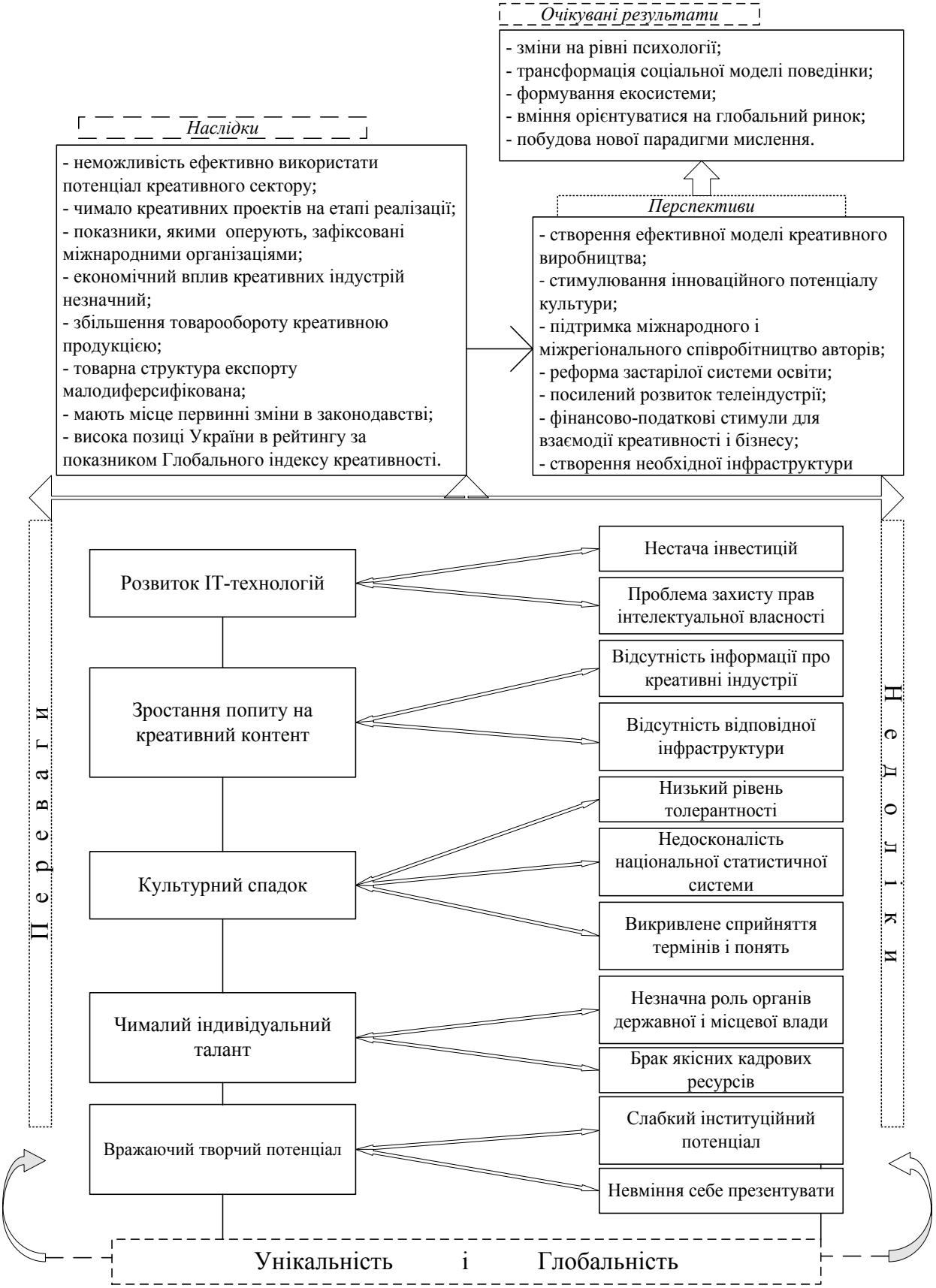


Рис. 2.10. Концепція розвитку креативної економіки регіонів України

Джерело: розроблено автором.

Креативна діяльність це ключ до інноваційної економіки; а у нинішніх умовах без комунікації й атмосфери творчості ніякі інновації неможливі. У практиці просторового розвитку це такі ж ключові поняття як демографія й економіка.

Варто наголосити, що за розвиток креативних індустрій і креативної економіки в Україні, на нашу думку, не повинна відповідати повністю лише держава; її задача створити комфортне середовище для креативності (кількість підприємств креативного сектору зростає, але але їм не вистачає умов для роботи) і по можливості взагалі не втручатися у діяльність творців (які, як зазначалося вище, потребують свободи у своїй діяльності, і лише за її умови можуть продукувати креативні товари і послуги).

Як свідчить міжнародний досвід, реалізація концепції креативної економіки відкриває нові горизонти соціально-економічного прогресу. Креативні індустрії, які становлять її матеріальне підґрунтя, стають динамічним і високоприбутковим сектором глобальної економіки. Вони опираються на реалізацію креативного капіталу (синергійне поєднання людського, культурного, соціального й інституціонального капіталу) на мікро-, макрота глобальному рівнях. Масштаби і динаміка світового креативного сектору, який має значний потенціал до зростання і меншу вразливість до фінансово-економічних криз порівняно із традиційним сектором, дозволяє покладати великі на дії на розвиток креативних індустрій і в Україні.

Дослідження теоретико-практичних основ синеретичної взаємодії теорії і практики креативності у трансформації продуктивних сил і підприємництва дало змогу отримати наступні висновки

1. Креативність, як нова якісна характеристика продуктивних сил, є новітньою рушійною силою сучасної економіки, одним з ключових понять економічного розвитку і визначальним стимулом інтенсифікації роботи підприємств на основі ефективного використання людського капіталу. З наукової точки зору креативність розглядається як складне,

багатопланове, неоднорідне явище, що виражається в різноманітті теоретико-праксеологічних напрямів дослідження. Будучи комплексною концепцією, креативність тлумачиться по-різному, однак виражає можливість забезпечення безконфліктного, неантагоністичного шляху розвитку не лише конкретної особистості, а й підприємства, регіону чи будь-якої іншої спільноти в цілому. У підприємницькому сенсі креативність можна вважати сполучною ланкою між інноваційною діяльністю та рентабельністю в грошовому і соціальному вимірах.

2. Ідентифіковані ознаки креативного підприємця, які об’єднано в чотири основних групи: особисті якості; навички міжособистісного спілкування; критичне мислення; практичні навички, які необхідні на етапі реалізації ідеї й управління підприємством. Внаслідок інтенсивних економічних змін, пов’язаних із переорієнтацією на ринкові відносини багатьох країн світу, відкриттям кордонів, прискореним розвитком окремих сфер економіки та гуманізації суспільства потреба у кваліфікованих кадрах нового типу, які вміють ефективно і творчо розв’язувати поставленні завдання, неухильно зростає. В результаті можна вести мову про «підприємницьку креативність» як генерацію і реалізацію відповідних ідей для створення новітньої форми підприємництва. Підприємницька креативність спостерігається протягом всього життєвого циклу конкретного бізнесу, оскільки її генерують окремі особи, які приймають рішення. Підприємницька креативність потребує об’єднання внутрішньої і частково зовнішньої мотивації, тобто мотиваційної синергії, яка виникає тоді, коли потужна зацікавленість й участь особи в процесі у поєднанні з компетентністю забезпечує майбутні досягнення.
3. Правильне поєднання креативності із бізнесом, наукою, культурою та технологічною діяльністю, а також поширення масової комунікації, створило новий феномен креативні індустрії, які часто називають «галузями майбутнього». На відміну від традиційних секторів

економіки, креативні індустрії характеризуються низькою капіталоємністю, що, в поєднанні з неоднорідністю ринку, створює низькі бар’єри для входу на ринок і стимулює старт-апи. Саме тому взаємозв'язок між культурою і підприємництвом в XXI столітті визнаний основним джерелом економічного зростання і конкурентоспроможності. У міру переходу від індустріального суспільства до постіндустріального творчий підхід до вирішення завдань стає важливим фактором забезпечення конкурентних переваг як окремих підприємств так і регіонів і країн світу.

4. Розуміння креативних індустрій як соціального, економічного і політичного явища створює підґрунтя для їх повноцінного визначення. Під креативними індустріями розуміють спектр господарської діяльності, що стосується виробництва й експлуатації знань та інформації. У фаховій літературі представлено чимало моделей, які визначають структуру креативних індустрій і ті сфери діяльності, що відносяться до креативних. Кожна з моделей виражає основну мету та методи управління розвитком креативних індустрій. Втім, дослідження, здійснені різними міжнародними організаціями і країнами, розглядають не одну й ту саму кількість підсекторів креативних індустрій чи застосовують однакові системи групування. Незважаючи на класифікацію креативних індустрій міжнародними організаціями, багато (розвинених) країн мають власні напрацювання стосовно виділення підгруп в межах цього сектору в залежності від передумов і пріоритетів розвитку своєї економіки.
5. Зважаючи на множину практик і моделей щодо класифікації креативних індустрій, між ними існують суттєві відмінності щодо розмежування/ототожнення креативних індустрій. Однак, спільними рисами для усіх вищевказаних моделей є те, що: в основу ідеї креативних індустрій покладено орієнтацію на забезпечення їх динамічного розвитку, чого можна досягнути за рахунок швидкої

адаптації до нових реальностей і вимог сьогодення; креативні індустрії орієнтовані на створення принципово нових продуктів або на забезпечення новітнім змістом вже існуючих товарів і послуг; креативні індустрії розглядаються з позицій здатності генерувати, розробляти, реалізовувати, використовувати і поширювати продукти, що несуть в собі економічну, культурну чи соціальну цінність; відсутність наголосу на те, що в основі креативних індустрій, крім культури і мистецтва, знаходиться ще й інноваційна діяльність в її різних проявах, наприклад, Інтернет-технології, R&D тощо.

6. Креативні підприємства, як правило, географічно знаходяться близько одне від одного, що також є особливістю саме креативного сектору, при цьому з метою вирішення структурних проблем вони застосовують стратегію спільного використання ресурсів. Така спрівпраця стимулює різноманітні форми партнерства мережі, креативні квартали, однак, найпоширенішими є кластерні простори /кластери. Нові форми капіталу і виробництва, властиві постіндустріальній економіці, локалізуються в таких трансформованих просторах, оскільки креативні індустрії тяжіють до того, аби перебувати десь поблизу до родинних організацій, а ще краще ділити один «дах» або район. Незалежно від масштабів кластеру, їх успішний розвиток залежить від сукупності таких факторів: потужної інноваційної основи, включаючи наявність науково-дослідних інститутів; наявності функціонуючої мережі та об’єднання; кваліфікації кадрів, точніше значної частки серед населення науковців, інженерів та інших осіб, пов’язаних із культурою, мистецтвом, науковою і творчою діяльністю; доступного інвестиційного капіталу.
7. Поняття «креативна економіка» визначається як сукупність індивідів і підприємств, які створюють культурні, мистецькі та інноваційні продукти і послуги. Ця система також включає простори, де творці можуть вільно представляти свої роботи, отримувати відгуки та обмінюватися ідеями. Креативні індустрії, з одного боку, забезпечують

мобільність, вихід на глобальний ринок, використовуючи різноманітні ресурси, формують проектне мислення, сприяють розвитку індивідуальності людини і довіри в суспільстві, а з іншого сприяють розвитку і збереженню культури, історії і традицій. Це зумовлено тим, що функціонування креативних індустрій посилює взаємозв'язок їх основних суб'єктів, що забезпечується завдяки розвитку малого бізнесу і стимулюванню нових форм бізнесу, інтенсивній науково-освітній діяльності, появі креативного класу, активізації інвестиційного потенціалу, створенню нових робочих місць і посиленню соціальної мобільності, формуванню якісно нової інфраструктури та покращенню якості життя населення.

8. Креативні індустрії не можуть розглядатися без нового соціального прошарку креативного класу ключової ланки креативної економіки. Таким чином виникає потреба в людях, які працюють в різних сферах, чиї економічні функції і завдання полягають в створенні нових ідей, технологій і креативного контенту. Як правило, креативним особистостям притаманні такі ознаки характеру: активний інтерес до проблеми; незалежна інтравертна позиція і незалежність мислення; гнучкість, тобто можливість вийти за рамки очевидного; ліквідність або можливість генерування множини ідей для вирішення проблеми; толерантність стриманість і доброзичливість в конфліктних ситуаціях; деталізація, тобто здатність проникати в деталі проблеми чи завдання; готовність боротися з усякими перешкодами і йти на ризик; системний підхід до проблеми чи завдання; розуміння потреб інших людей; орієнтація на дії можливість виходу за рамки звичайного акту мислення; здатність зосередитися.
9. Професіонали, зайняті в креативних індустріях, які приходять на зміну звичайному робочому населенню на традиційних промислових підприємствах в постіндустріальних містах, з легкої руки є креативним класом. Його представники приваблюють собою інвестиції, туристів,

своїх колег, а також приносять з собою нові форми підприємництва, завдяки розвитку яких відбувається і розвиток міських територій. В сукупності це все забезпечує постійне економічне зростання територій, регіонів і країн.

10. Формування креативного класу пов'язують з науково-технічним прогресом, зміною цінностей і базових установок, що мають місце завдяки економічному зростанню, підвищенню рівня й умов життя сучасної людини, скороченням чисельності працівників промислових підприємств у розвинутих країнах. Становлення креативного класу вимагає, в першу чергу, комфортних умов проживання, які трактуються як «якість місця», що позначає унікальну сукупність характеристик, котрі визначають місце проживання та роблять його привабливим.
11. Модель розвитку креативного класу, запропонована скандинавськими країнами, яка трактується як поступове капіталовкладення в особистість і терпимість до різноманітності вираження цієї особистості, є більш всеосяжною і перспективною. Тим самим ця модель наголошує, що креативність це не лише прояв таланту, але й здатність, якої можна набути за допомогою навчання і вивчення; а толерантність набагато більше різноманітна, а тому виражається не тільки через чиюсь сексуальну орієнтацію.
12. Діяльність креативних кластерів стає стимулом для підвищення інноваційного потенціалу економіки в цілому і креативної економіки зокрема, яка є серйозною альтернативою сировинному економічному розвитку. Визначаючи креативні індустрії пріоритетним напрямом, уряди зарубіжних країн перетворюють цей сектор у важливе джерело доходів. Все це веде до загального результату: оренда заводів, які пустують, облаштування територій, оформлення міського середовища, реалізація творчих ініціатив, притік туристів. У Великобританії уряд, який взяв курс на постіндустріальний розвиток і креативну економіку, зробив креативні кластери своєрідним антикризовим засобом, який

позитивно вплинув на імідж країни і тим самим створив умови для економічного зростання.

13. В Україні (та інших країнах Східної Європи) спостерігається відсутність повноцінної інформації про креативні індустрії. Багато представників органів влади стверджує, що виникають серйозні труднощі з формулюванням державної політики в сфері культури через брак, а часто і повну відсутність, необхідної інформації про практичні методи та стратегії управління. Разом з тим, проблемою є і саме розуміння культури, її значення в сучасному світі і тієї ролі, яку вона може грати в модернізації суспільства й економіки. І навіть саме трактування культури, яке використовується в Україні, є застарілим і часто дуже вузьким, тому що опирається на концепції XIX століття або ідеї класичної культури з домішками радянського фольклору. Сприйняття і формулювання культури до сих пір залишається радянським, що створює реальні перешкоди для тих можливостей, які можуть забезпечити в країні креативні індустрії.
14. З методологічної точки зору, в Україні існує проблема з національною статистичною базою у сфері креативних індустрій, яка потребує значного вдосконалення й узгодження того, що таке креативний сектор в нашій країні, які індикатори коди, за якими система статистики відстежує кількість гравців, робочих місць, обсяги ВВП, вивчає вплив на інші сектори, тобто ті важливі показники, які дають розуміння, як управляти процесом. Поточна національна статистична система не забезпечує потрібної інформації і даних про стан та розвиток підприємств креативного сектору, а індикатори, якими зазвичай оперують, зафіксовані міжнародними організаціями.
15. Як свідчить міжнародний досвід, реалізація концепції креативної економіки відкриває нові горизонти соціально-економічного прогресу. Креативні індустрії, які становлять її матеріальне підґрунтя, стають динамічним і високоприбутковим сектором глобальної економіки. Вони

опираються на реалізацію креативного капіталу (синергійне поєднання людського, культурного, соціального й інституціонального капіталу) на мікро-, макрота глобальному рівнях. Масштаби і динаміка світового креативного сектору, який має значний потенціал до зростання і меншу вразливість до фінансово-економічних криз порівняно із традиційним сектором, дозволяє покладати великі на дії на розвиток креативних індустрій і в регіонах України.

Основні результати отримані в даному розділі представлені у роботах [252, 254, 255, 263, 267, 275].

РОЗДІЛ 3
МЕТОДОЛОГІЯ КІЛЬКІСНОГО ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА РЕГІОНІВ

3.1. Методологія економетричного аналізу сталого розвитку підприємництва в контексті соціально-гуманітарного розвитку територій.

За останні роки економетрика значно еволюціонувала як на методологічному рівні, так і на рівні практичних застосувань. Бурхливий розвиток комп'ютерної техніки та спеціалізованого програмного забезпечення у значній мірі сприяли масовому використанню економетричних методів для аналізу та прогнозування діяльності компаній в контексті їхнього соціально-гуманітарного розвитку.

Сьогодні розв'язання складних соціально-гуманітарних та економічних завдань неможливе без використання економетрії. За допомогою її інструментів науковці вивчають кількісні закономірності та взаємозв'язки економічних об'єктів і процесів [74].

Зокрема, Центр соціально-економічних досліджень (Centre for Social and Economic Research, CASE) Хельсінського університету, Віденський університет економіки і бізнесу та корпорація LSE Enterprise за допомогою методів економетричного аналізу проводили дослідження дії єдиного ринку на зростання, конкурентоспроможність та зайнятість у країнах ЄС. Особлива увага була приділена вивченню впливу сталого розвитку підприємств на формування нерівності та процесів конвергенції [444].

І. Нафзигер та Дж. Евінен використовували економетричні методи для вивчення політичної економії складних гуманітарних криз, спричинених війнами, державним насильством, хворобами, голодом та міграцією. Вони

довели взаємозв’язок економічної нестабільності з соціальною несправедливістю та депривацією знедолених [457].

К. Ньюман та Х. Кінгман досліджували роль соціального капіталу і політичних зв’язків в отриманні вільного доступу до ресурсів, необхідних для створення та функціонування підприємства. Аналіз проводили для країн, що розвиваються, на основі фактичних даних за період з 2008 по 2012 рр [459].

Р. Бубонейс і М. Мафтей вивчали можливості застосування різних економетричних методів (аналіз часових рядів, інформаційні панелі, моделі тривалості, або виживання) для планування діяльності компанії: аналіз попиту і прогнозування продажів, фінансові економетрики, маркетинг та загальне макроеконометричне прогнозування політики компанії [334].

Економетричні методи, за допомогою яких досліджують основні чинники соціальногуманітарного розвитку підприємств, у більшості запозичені з соціальних наук. Найчастіше використовують засоби математичної статистики, аналіз рядів динаміки, методи аналізу взаємозв’язків та прогнозування, інтелектуальний аналіз даних, теорію ігор та теорію контрактів тощо.

Найчастіше для аналізу соціально-гуманітарного розвитку та розвитку підприємств загалом дослідники використовують кореляційно-регресійний аналіз. Аналіз кореляцій передбачає виявлення залежності між кількома факторами (параметрами, чинниками, змінними). Аналіз регресії встановлення виду залежності (рівняння) між цими факторами [326, с. 146].

Термін «кореляція» означає співвідношення або відповідність. Цей вид зв’язку притаманний суспільним явищам, для яких властиво, що окрім впливу істотних факторів, що формують рівень результатної ознаки, проявляється дія багатьох інших (не виділених для дослідження та випадкових) чинників [476, с. 57]. За допомогою кореляційно-регресійного аналізу виявляють основні тенденції зміни досліджуваної ознаки при зміні величини факторної ознаки.

Кореляційно-регресійний аналіз базується на припущенні про те, що залежність між значенням факторної ознаки x і середнім значенням результатної $y_{сер}$ можна представити за допомогою функції (лінії регресії)

$$y_{сер} = f(x), \tag{3.1}$$

яку називають рівнянням простої парної регресії або однофакторною регресійною моделлю.

Якщо значення залежних ознак змінюються приблизно рівномірно, зв'язок між факторами можна описати лінійною функцією

$$y_{сер} = a + bx, \tag{3.2}$$

де a і b параметри лінійного регресійного рівняння.

Рівняння регресії відображає закономірності зв'язку між x та $y_{сер}$. Вплив інших факторів нівелюється.

Більш загальним завданням регресійного аналізу є встановлення залежності між кількома незалежними факторами (x_1, x_2, …, x_m) та результатною ознакою $y_{сер}$. Дослідження лінійного зв'язку між результатною ознакою та кількома факторами називають множинною (багатофакторною) регресією [59, с. 467].

Модель множинної лінійної регресії у загальному вигляді:

$$y_i = \alpha_0 + \alpha_1 x_{i1} + \alpha_2 x_{i2} + ... + \alpha_k x_{ik} + \varepsilon_k, \; i = \overline{1,n}, \tag{3.3}$$

де n кількість спостережень, k кількість факторів.

У багатьох практичних застосуваннях моделювання залежностей економічних та соціально-гуманітарних показників діяльності підприємства лінійними рівняннями дає цілком задовільний результат. Більшість лінійних взаємозв'язків випливають із відомих закономірностей. Однак, при нелінійному співвідношенні чинників використання методів лінійного регресійного аналізу призводить до помилок результатів та спрощених або посилкових висновків, отриманих на основі аналітичного рівняння. Якщо між економічними явищами існують нелінійні співвідношення, їх представляють за допомогою відповідних нелінійних функцій.

У регресійному аналізі зазвичай передбачається, що результатний показник y_i є кількісною величиною з множини дійсних чисел. Проте, в економічних і соціальних дослідженнях часто виникають завдання, в яких залежна змінна може набувати тільки цілочисельних значень [432, с. 57].

Залежно від типу змінних моделі з дискретними залежними змінними поділяють на моделі вибору серед скінченної кількості альтернативних варіантів і моделі порядкових даних. До останніх належать моделі, де результатний показник це, наприклад, кількість компаній, які стали банкрутами в поточному році, або кількість акцій, проданих окремою ТНК за досліджуваний період [369, с. 150].

Залежно від кількості кінцевих варіантів, серед яких здійснюють вибір, розрізняють моделі бінарного вибору і моделі множинного вибору.

У моделях бінарного вибору результатний показник може набувати тільки двох значень 0 та 1. Наприклад, результати голосування (за, проти), входження країни у міжнародне інтеграційне об’єднання (входить, не входить), рішення про купівлю товару (так, ні).

До моделей множинного вибору відносять моделі з невпорядкованими та впорядкованими альтернативними варіантами.

Так ряд авторів В. Сімпсон [498], М Портер [477], В.Руф [491] у різні часи вивчали взаємозв’язок між соціальною відповідальністю підприємства та його фінансовими показниками, репутацією та доданою вартістю. Поняття соціальної відповідальності передбачає баланс між економічними, екологічними та соціальними цілями організації. При проведенні кореляційного аналізу було сформульовано основну теоретичну гіпотезу соціальної відповідальності: щоб збільшити ефективність, підприємствам потрібно прийняти концепцію стійкості та діяти більш відповідально.

Кореляційні зв’язки проявляються тільки у масових явищах. Тому для перевірки висунутої гіпотези Н. Вайцич використав емпіричні дані господарської діяльності хорватських підприємців у період між 1993 та 2010 рр., серед яких обрав ті, що подають прозорі звіти про соціальну

відповідальність. Основний результат, отриманий за допомогою однофакторного кореляційного аналізу (дослідження впливу однієї змінної на результатну ознаку) підтвердив, що більш соціально відповідальні підприємства мають кращі фінансові результати, тобто є більш ефективними, а також мають кращу репутацію. Проведений аналіз дав змогу отримати і якісне вираження впливу соціальної відповідальності на ефективність діяльності підприємства. Було встановлено, що існує причинно-наслідковий зв'язок між ефективністю та соціальною відповідальністю: більш високий рівень ефективності забезпечує більш справедливий розподіл ресурсів, що є метою соціальної корпоративної відповідальності підприємств та корпорацій. І навпаки, соціально відповідальна діяльність впливає на репутацію і на підвищення ефективності, виміряної за фінансовими показниками [518].

Для виявлення кореляційного зв'язку, окрім кореляційно-регресійного аналізу, використовують метод порівняння паралельних рядів даних та дисперсійний аналіз. Порівняння паралельних рядів передбачає зіставлення ряду значень факторної ознаки та ряду відповідних значень результатної ознаки. Значення фактора впорядковують і визначають співвідношення та напрямок зміни величини досліджуваної ознаки [129, с. 127]. Дисперсійний аналіз сукупність методів статистичної оцінки значущості залежності досліджуваного показника від одного або кількох факторів, виділених для дослідження, та встановлення ступеня їх впливу [59, с. 81].

Зокрема, Н. Езіма та Е. Орджі використали дані квартальних даних (часових рядів) за період з 1970 до 2012 р. для аналізу впливу бюджетного дефіциту на вибрані макроекономічні показники. Результати проведених досліджень довели, що збільшення грошової маси, виділеної для потреб економіки, спричиняє дефіцит бюджету. Інвестиції приватного сектора відіграють ключову роль в економічному зростанні, що є важливим як для виживання підприємства, так і для сталого розвитку країни загалом [369].

М. Прадіп, А. Муравйов та М. Шафер вивчали процес зближення країн з перехідною економікою з країнами з розвиненою ринковою економікою

(дисперсійний аналіз). Для аналізу часових рядів були використані емпіричні дані тисяч фірм на рівні BEEPS (Business Environment and Enterprise Performance Survey) практично з усіх країн з перехідною економікою за тривалий період часу з 1996 по 2005 р. (часових рядів) та фірм з розвинених країн з ринковою економікою. Досліджували взаємозв'язок конкуренції та ринкової структури, фінансів і структури кредитування фірм, реструктуризації підприємств та економічного середовища. У результаті для ряду факторів виявлено істотні схожості підприємств, які працюють у країнах з перехідною економікою та у розвинених країнах з ринковою економікою. Застосована економетрична модель продемонструвала також, що економічне зростання на рівні фірми, у галузі і на рівні країни загалом спричиняє швидке зростання нового приватного сектора, а саме малих підприємств, у розвинених країнах з ринковою економікою. Масштаби реструктуризації та інноваційної діяльності у країнах з перехідною економікою виявились вищими, ніж у розвинених країнах з ринковою економікою [479].

Японські науковці А. Андрес, Ф. Халісайглі, Е. Ямамура вивчали основну проблему суспільної охорони здоров'я своєї країни суїцидальну поведінку населення, що зростає протягом останніх десятиліть. Для дослідження було використано дані про суїциди у Японії за період 1957–2009 рр. Аналіз часових рядів було поєднано з дисперсійним аналізом побудовано динамічні економетричні моделі окремо для чоловіків, жінок та загальну модель для всіх випадків суїциду. Результати показали, що для жінок соціологічні фактори (розлучення та народжуваність) були суттєвішими, ніж економічні фактори (ВВП на душу населення і безробіття) [314].

Рівняння регресії застосовують для прогнозування майбутніх показників діяльності підприємства.

Зокрема, Дж. Рестрепо, Дж. Дааз та Дж. Окампо провели кількісний аналіз операційного ризику. Вони використали модель аналітичної ієрархії для визначення ваги основних фінансових показників: рентабельності, заборгованості, ліквідності, ефективності та життєздатності підприємств. Для

дослідження було використано основні фінансові показники підприємств хімічної промисловості за період 2000–2009 рр. Науковці побудували прогнозну модель, яка на основі аналізу коефіцієнтів промисловості передбачала один з можливих видів бізнес-ризиків для підприємств: низький, середній та високий [487].

При дослідженні динаміки показників соціально-гуманітарної та економічної діяльності підприємств за допомогою економетричних методів вирішують ряд важливих завдань. Зокрема, оцінюють інтенсивність динаміки, виявляють та описують тенденції, структурні зрушення, коливання рядів, виявляють основні фактори впливу. Вивчення процесів соціально-гуманітарного та економічного розвитку підприємств у часі проводять на основі аналізу рядів динаміки [309, с. 412].

У реаліях не завжди можливо аналітично описати зв'язок $y = f(x)$ між досліджуваною ознакою та фактором. Часто залежності між показниками представляють у вигляді таблиці $\{x_i, y_i\}$ $(i = \overline{0,n})$. Значеннями x_i та y_i можуть бути, наприклад, експериментальні дані.

На практиці зазвичай потрібно знати значення величини y і для значень x, не представлених у початковій таблиці даних. Для цього розв'язують задачу про наближення (апроксимацію) функції за табличними даними підбирають просту функцію $\varphi(x)$ з такими властивостями:

– для значень x, які містить таблиця даних значення $\varphi(x) = f(x)$;

– при обчисленні значень результатного показника для значень фактора x, яких не містить початкова таблиця, $\varphi(x)$ якнайкраще відображає загальну тенденцію зміни $f(x)$ в середньому [129, с. 246].

На практиці зазвичай $\varphi(x)$ вибирають із класу алгебраїчних поліномів (многочленів)

$$\varphi(x) = a_0 + a_1x + a_2x^2 + \ldots + a_mx^m. \qquad (3.4)$$

Апроксимацію функції традиційно застосовують для знаходження значень показника у середині ряду (інтерполяція) або наприкінці чи на початку

динамічного ряду (екстраполяція) на основі закономірностей розвитку явища за досліджуваний період.

Так інтерполяційні та екстраполяційні методи використали у своїх дослідженнях Д. Сабау-Пейпа, М. Кочіба та С. Корої. Вони аналізували отримані доходи, зокрема від підприємств, та витрати у країнах Європейського Союзу. Оскільки емпіричні дані за період 1958–2008 були неповними, науковці застосували метод інтерполяції для наближеного обчислення пропущених значень. Також було застосовано метод екстраполяції для прогнозування значень показників на наступні п’ять років. Отримати результати довели, що бюджетні надходження у країнах ЄС стабільно зростають [493].

М. Іщенко розробив екстраполяційну модель для визначення оптимальної структури матеріальних і трудових ресурсів, які забезпечують мінімальне значення витрат на підприємствах. При розробці економічних і математичних залежностей для прогнозування собівартості продукції він будував індивідуальні моделі для кожного окремого підприємства. Такий підхід дав можливість врахувати специфічні природні та технологічні умови функціонування підприємств. На основі розробленої моделі автор визначив оптимальні обсяги використання матеріальних і трудових ресурсів на прогнозний період [425].

Дж. Лаконішок, А. Шлайфер та Р. Вішин за допомогою методу екстраполяції перевіряли багаторічну гіпотезу фахівців в області інвестицій про те, що вартісні стратегії випереджають ринок. Ці стратегії передбачають купівлю акцій, які малоймовірно принесуть своїм власникам вагомий прибуток чи дивіденди. Отримані результати довели, що вартісні стратегії дають є високоефективними, оскільки спонукають типового інвестора до нетипової, а не до ризикованої поведінки [438].

Окрім перерахованих вище економетричних методів, для оцінки соціально-гуманітарного розвитку підприємств традиційно використовують метод експертних оцінок виявлення думок експертів у галузі сучасного

підприємництва стосовно конкретної проблеми. Його проводять у формі опитування або ділової гри (групової діяльності експертів) за встановленими правилами у рамках розробленого сценарію. Метод експертних оцінок застосовують для прогнозування та оцінки майбутніх результатів на основі прогнозів фахівців [370, с. 417].

Застосування експертних оцінок дає можливість отримати такі види інформації:

– інформація про окремі причинно-наслідкові зв’язки в конкретних умовах місця і часу;

– інформація про типові взаємозв’язки досліджуваних соціально-гуманітарних явищ і процесів.

Основні завдання, які вирішують на основі отриманої від експертів інформації:

– ранжування факторів за їхньою значимістю в прогресі досліджуваного явища чи процесу;

– ранжування підприємств за рейтингом на основі сукупності різних показників, що характеризують результати їхньої соціально-гуманітарної діяльності (соціальна відповідальність, меценатство, збереження навколишнього середовища, соціальні гарантії для співробітників тощо);

– попередня оцінка виконання плану соціально-гуманітарного розвитку за окремими показниками.

Наприклад, експертний метод використали В. Мінгфанг, А. Турпін, Дж. Том, Ф. Сколер та Р. Відкінсон для моделювання витрат та виграшів підприємства від інвестування у впровадження новітніх технологій, зокрема інформаційних систем [452].

Р. Левінс і В. Рего на основі експертного методу розробили прогнозну модель розвитку сільськогосподарських підприємств. Для аналізу було обрано такі напрямки: дослідження прибутковості підприємства, доступ до ресурсів, контроль стратегій розвитку [442].

При дослідженні складних соціально-гуманітарних та економічних процесів у багатьох випадках неможливо безпосередньо виміряти показники, які визначають основні властивості (фактори) розвитку. Часто є невідомими навіть кількість та зміст цих факторів. У той же час можна виміряти індикатори, від яких вони залежать (виявляють певний зв'язок, наприклад кореляцію). У таких випадках загальна кількість факторів, які чинять вплив на досліджуваний процес чи систему, може бути значно меншою, ніж кількість вимірюваних ознак. Для виявлення таких факторів використовують факторний аналіз. Зменшення кількості аналізованих факторів забезпечує вищу точність результатів, економію ресурсів пам'яті ЕОМ та часу обробки даних, якісне унаочнення отриманих результатів тощо. При проведенні факторного аналізу формують нові ознаки (фактори), які є лінійними комбінаціями вихідних індикаторів. Вони відображають загальний тренд варіювання вихідних даних і зберігають інформацію переважної частини початкових даних [370, с. 282].

Наприклад, при формуванні рейтингу Russell 1000 (індексу публічних компаній США з найвищим котируванням акцій) аналіз проводять за 303 показниками, на основі яких компанії оцінюють у семи категоріях: навколишнє середовище, зміна клімату, трудові відносини, права людини, корпоративне управління, фінанси, благодійництво та підтримка громад [26].

За допомогою методів факторного аналізу розв'язують такі основні групи завдань:

– виявлення прогнозованих латентних закономірностей, сформованих під дією факторів (зовнішніх чи внутрішніх) на процес, що вивчається;

– дослідження статистичного зв'язку виміряних індикаторів з виділеними факторами (головними компонентами);

– зменшення аналізованої інформації за рахунок узагальнення досліджуваних ознак.

Факторний аналіз застосувала при проведенні своїх досліджень і Група гуманітарної політики (Humanitarian Policy Group). Вчені виявляли основні чинників гуманітарних криз, які можуть бути використані в якості політичних інструментів. У результаті проведеного аналізу було виділено два основних фактора об'єднання інтересів різних груп навколо спільної мети та підвищення освіченості населення для досягнення складних цілей та впливу на уряди [510].

Основні чинники еко-економічного розвитку для малих і середніх підприємств досліджував А. Фактор [370]. Х. Медсен, К. Сіндінг та Дж. Алхей вивчали основні чинники сталого розвитку і корпоративної екологічної спрямованості, аналізуючи датські малі та середні підприємства [445]. Т. Ньютон виявляв головні фактори прогресу екологічного бізнесу [460].

Оцінювання рівня соціально-гуманітарного розвитку підприємств передбачає вивчення значної кількості індикаторів, що є завданням високої складності. Застосування факторного аналізу забезпечує зменшення кількості досліджуваних ознак та визначення структури взаємозв'язків між ними (класифікацію даних).

Для класифікації об'єктів (підприємств) у відносно однорідні групи використовують кластерний аналіз. Це група методів, які призначені для розподілу досліджуваної множини на групи «схожих» об'єктів (кластерів). Результатом їх застосування є віднесення кожного з виділених для дослідження об'єктів до одного (чи декількох) із заданих кластерів. Розподіл на кластери (групи) відбувається за «схожістю» між аналізованими об'єктами.

Зокрема, при вивченні сталого розвитку підприємств проводять сегментацію основних показників їхньої господарської діяльності (індикатори соціально-гуманітарного розвитку, показники економічної стабільності тощо). При цьому ефективність підприємства аналізують за сукупністю ознак:. фінансова стабільність, зростання прибутків, інноваційність, соціальна захищеність робітників, охорона довкілля, меценатство, толерантність тощо. Кластерний аналіз дає можливість сегментувати підприємства, об'єднуючи їх

у групи з одночасним врахуванням вибраних для класифікації ознак, або групувати ознаки (характеристики підприємств) в окремі кластери [393, 347].

Важливою перевагою кластерного аналізу порівняно з іншими економетричними методами, які використовують для дослідження соціально-економічного розвитку підприємств, є можливість проводити розбиття об’єктів (підприємств) на групи одночасно за цілим набором ознак. За допомогою кластерного аналізу досліджують значні обсяги даних шляхом стискування великих масивів інформації, та візуалізації [482, с. 139].

Зокрема, Є. Петренко вивчав основні принципи і фактори регулювання соціально-гуманітарного розвитку депресивного регіону. Він вивчав діяльність організацій у різних галузях соціальної сфери як складних інституційних утворень, де «кластер» економічних норм і правил підпорядкований «кластер» соціальних цінностей. Результати досліджень показали, що соціальні організації виконують подвійну функцію: формування людського капіталу та нівелювання злиднів бідних людей [476].

Т. Пуліна досліджувала генезис утворення кластерних об’єднань підприємств. Вона визначила переваги та недоліки кластерного підходу з позиції підприємства і з позиції управління регіональною економікою, виявила конкретні особливості життєвого циклу кластерних об’єднань підприємств [482].

П. Пайпац вивчала характеристики сімейних підприємств у секторі малого та середнього бізнесу. Акцент був зроблений на ті переваги, які можуть бути отримані підприємствами від реалізації інноваційності та співробітництва в рамках кластерів. Розглянуто також аспекти регіонального розвитку, зокрема соціально-гуманітарного, спричинені утворенням кластерів та аспектами державної підтримки в Польщі та ЄС [483].

Р. Мудамбі та Т. Свіфт досліджували кластеризацію господарської діяльності підприємств за географічними факторами. Результати показали, що, незважаючи на досягнення в галузі транспорту і зв’язку, кластеризація підприємств залишається найбільш важливою для наукомістких галузей.

Міжнаціональні корпорації є ключовими учасниками кластерів, що впливають як на стан охорони зовнішнього середовища, так і на еволюцію інтертемпоральної (міжчасової) інноваційної діяльності підприємств [455].

Для класифікації багатовимірних об’єктів у соціології, економіці, політиці та інших галузях людської діяльності використовують і дискримінантний аналіз (ДА). При застосуванні методів ДА нові кластери не формуються, але визначається правило, за яким об’єкти дослідження відносять до одного з вже сформованих класів [432, с. 196]. Наприклад, при оцінці соціально-гуманітарного розвитку новоствореного підприємства на основі традиційних показників його діяльності потрібно визначити, до якої з груп соціальної відповідальності підприємств (базовий рівень, середній, вищий) його можна віднести з найбільшою ймовірністю.

Так Дж. Вінтіла та Дж. Туроап на основі дискримінантного аналізу розробили економетричну модель прогнозування банкрутства компаній. Дискримінантна функція для оцінювання ефективності ризиків банкрутства була побудована на основі аналізу фінансової інформації (ліквідність, баланс і рентабельність) 70 румунських підприємств за 2010 рік. Економетрична модель була застосована для передбачення можливого банкрутства 30 нових підприємств. Отримані результати стали орієнтиром для прийняття підприємствами обгрунтованих рішень з метою уникнути фінансового краху [517].

Ф. Лісенайлер та М. Тімер вивчали дискримінантні фактори низької та високої продуктивності малих і середніх підприємств. Було використано дані вибіркових обстежень близько 70% компаній обробної промисловості. Результати дискримінантного аналізу засвідчили, що більш конкурентоспроможними є підприємства, які використовують висококваліфіковану робочу силу та високі технології. Такі чинники, як вік власників бізнесу чи співробітників, тривалість діяльності підприємства, кількість працівників, структура підприємства, інвестиції тощо виявились статистично незначущими [443].

О. Ердоган, З. Конаклі та А. Годзік розробили прогнозну модель кредитного ризику підприємств на основі вивчення бізнес-досвіду (спекулятивних інвестицій). Модель кредитного рейтингу була побудований за квартальними фінансовими показниками за 2014 р. ТОП356 підприємств Стамбульської фондової біржі. За допомогою дискримінінтного аналізу ці підприємства були класифіковані на три рівні за 18 показниками. Результати дослідження виявили фірми зі збалансованим фінансовим середовищем, безпечні для кредитування [365].

Р. Шкуті та Б. Дюридж застосували метод множинного дискримінантного аналізу для вивчення банкрутства державних підприємств в Албанії. Вони виділили фактори, які найкраще розділяють підприємства на банкрутів та не банкрутів: рівень операційної рентабельності та розмір інвестицій. Ліквідність та грошові потоки, які традиційно вважали важливими чинниками банкрутства, виявились не суттєвими. Дослідники прийшли до висновку, що економічна рентабельність та інвестиційні можливості є основними факторами, які впливають на успіх державних підприємств в Албанії [498].

В. Кочетков та Е. Волошаненко вивчали ознаки системних криз українського видавничого бізнесу на макрота мікрорівні. Науковці проводили порівняльний аналіз оцінки потенційного ризику банкрутства 15 видавничо-поліграфічних підприємств на основі дискримінантних моделей. Вони запропонували застосовувати корпоративні стратегії оновлення, економіки та реструктуризації для подолання криз і відродження підприємств [435].

При комплексному оцінюванні діяльності підприємств часто виникає завдання дослідження залежностей між двома наборами ознак. Наприклад, потрібно вивчити взаємозв’язок між показниками рівня соціально-гуманітарного розвитку підприємства та індикаторами сталого розвитку країн, в яких вони працюють. У таких випадках застосовують метод канонічної кореляції, який дає можливість визначити залежність між двома наборами ознак у цілому [393].

Зокрема, Д. Фрейз, В. Філіпс та П. Роуз застосували канонічний аналіз для пояснення відмінностей у технічних характеристиках діяльності комерційних банків. Метою дослідження було визначити взаємозв'язок набору показників діяльності банків, пов'язаних зі структурою банківських ринків, та групою чинників, які традиційно впливають на поведінку банку. Показники продуктивності (зокрема, кількість банківських послуг і прибутковість банку) були обрані в якості залежних змінних. До множини незалежних змінних були включені кількість банків на ринку, наявність конкуренції з боку небанківських фінансових установ, банківські витрати, розмір банку, наявність on-line сервісів тощо. У результаті проведеного аналізу було встановлено, що попит на банківські послуги і витрати банку є суттєвими факторами, які визначають продуктивність окремих комерційних банків у той час, як структура ринку банківських послуг є менш важливою [377].

Н. Буйут провів порівняльний аналіз ефективності турецьких і китайських фірм-виробників на основі показників їхньої господарської діяльності [327].

Для аналізу цензурованих (неповних) даних, яким зазвичай є показники соціально-гуманітарного розвитку підприємств, застосовують аналіз виживання (тривалості). У якості функції розподілу в методах аналізу виживання використовують функцію виживання, яка є ймовірністю того, що об'єкт проживе час більше t.

Загалом цензуровані спостереження є типовими, коли досліджувана величина представляє час до настання деякої критичної події, а тривалість спостереження обмежена в часі. Наприклад, при вивченні динаміки чисельності працівників в окремих організаціях, при дослідженні часу «виживання» нових підприємств на ринку в умовах фінансової кризи або часу «життя» продуктів виробництва тощо. В актуарній математиці, яка вивчає питання, пов'язані з оцінкою ризиків, зазвичай аналізують таблиці смертності,

які містять дані про смертність за обрані інтервали часу окремих категорій осіб [432].

Так Р. Бандік вивчав ймовірність банкрутства мультинаціональних корпорацій (МНК) та відокремлених підприємств. Аналіз було проведено на основі даних господарської діяльності шведських заводів за період 1993 по 2002 рр. Результати засвідчили, що МНК, мають більш високу ймовірність виходу з ринку, ніж окремі підприємства. Самостійні шведські підприємства, які займались експортом своєї продукції, виявились більш «живучими», ніж ті, що входили у склад МНК і не були експортерами. Крім того, збільшення іноземної присутності у шведському виробництві, очевидно, призвело до більш високих темпів виходу підприємств-партнерів з ринку [324].

А. Феражіна, Р. Петіліо та Ф. Рігенаті досліджували вплив прямих закордонних інвестицій (ПЗІ) на виживання фірм, які займаються виробництвом або наданням послуг в Італії. Емпіричний аналіз базувався на функціях виживання, моделі Кокса пропорційного ризику, вивченні конкретних факторів впливу на «життєздатність» фірм та галузі загалом. Окрім того, науковці вивчали вплив іноземної присутності на виживання вітчизняних фірм (італійської власності), італійських міжнаціональних корпорацій та іноземних міжнаціональних компаній, розташованих в Італії (дисперсійний аналіз).

Результати аналізу показали, що в період з 2005 р. по 2007 р. ймовірність виходу з ринку для виробничих та сервісних фірм, що належали іноземним МНК, була більшою, ніж для відокремлених національних компаній. Вітчизняні МНК також мали великі шанси на виживання. Ці результати підтвердились і загалом для досліджуваних галузей діяльності підприємств. Отримані висновки пояснювали тим, що італійські МНК більше інтегрувались у місцеву економіку. Також підприємства з більшим досвідом роботи на ринку та високопродуктивні фірми мають більш високі показники виживання. І нарешті, збільшення присутності іноземних МНК не впливає на виживання підприємств будь-якого типу. Окрім того, збільшення іноземної присутність

позитивно впливає на виживаність італійських підприємств, які працюють у секторі надання послуг [371].

Г. Рід розглядав основні чинники виживання підприємств малого бізнесу: детермінанти тривалості «життя» невеликої фірми (оцінка впливу ключових факторів виживання), політичну економію підприємства (стимулювання урядом створення та розвитку малих фірм) та мотивацію підприємництва (аналіз ринку на основі кооперативних ігор) [486].

В умовах глобалізації сучасним підприємствам часто доводиться приймати управлінські рішення у ситуаціях, в яких стикаються інтереси конкуруючих сторін з різними, зазвичай протилежними, цілями. Для дослідження взаємодії учасників світового економічного простору в конфліктних умовах (наприклад, розподіл ринків збуту, природних та трудових ресурсів, відносини з конкурентами, вирішення економічних суперечок тощо) сьогодні активно застосовують теорію ігор [485].

З точки зору дослідження соціальної-гуманітарного та економічного розвитку підприємств теорію ігор можна розглядати як моделювання раціональної поведінки декількох гравців (організацій). Вони поділяють спільний ризик у випадку прийняття неефективного рішення. У той же час рішення кожного з них залежить від рішень, прийнятих іншими гравцями. Логіка гравців та їх рішення не відомі іншим учасникам гри. Концепції теорії ігор передбачають, за можливості, кількісне вираження раціональної поведінки людей. Це означає здатність гравця усвідомлювати свої цілі та обирати для їх досягнення найбільш ефективні з-поміж можливих варіантів дій.

Прикладом використання теорії ігор для дослідження економічних конфліктних ситуацій є побудова математичних моделей типових для ринкової економіки явищ конкуренції. Найпростіший варіант боротьба двох конкурентів за ринок збуту (парна гра). У складних іграх беруть участь багато суперників, які вступають при цьому між собою в постійні або в тимчасові коаліції (множинна, або коаліційна гра).

Теорію ігор застосовують для вивчення економічних явищ та процесів як на макрорівні при розробці математичних моделей, в яких враховують інтереси різних галузей економіки, так і на рівні підприємства для вибору оптимальних рішень при вирішенні питань дефіциту економічних ресурсів, розподілі прибутків і тощо.

Зокрема, К. Окуда за допомогою динамічної моделі теорії ігор проводив аналіз корпоративної мережі організацій [466]. Е. Грехам використовував теорію ігор для вивчення емпіричних даних сталого розвитку підприємств, розробки раціональних стратегій ведення бізнесу міжнародними корпораціями та розробки державної політики у галузі підприємництва [386].

Ч. Панмані, Р. Тансачат, А. Чеміянфен, К. Кунесрі та Н. Ліратанакон досліджували питання екологічної відповідальності підприємств північного Таїланду. Для вироблення оптимальних рішень на підприємствах, які використовують екологічно чисті технології виробництва, застосовували теорію ігор. Результати аналізу довели, що в екологічно чистих продуктах зацікавлені як виробники, так і споживачі. Окрім того, «зелені» виробництва забезпечують збільшення прибутків та створюють додаткові робочі місця, тим самим підвищуючи показники гуманітарно-соціального розвитку підприємств [471].

На сучасному етапі розвитку економіки для підприємств усіх форм власності актуальним завданням є підвищення конкурентоспроможності та вихід на міжнародний ринок товарів і послуг. Не останню роль у просуванні підприємств на ринку відіграють і показники їхнього гуманітарно-соціального розвитку. Традиційно інформаційну базу досліджень основних показників діяльності підприємств складають структури складних таблиць, що містять значення відповідних індикаторних змінних. Такі таблиці мають велику розмірність, і дослідження їх структури є нетривіальним завданням. У таких випадках застосовують аналіз відповідностей розвідувальний метод аналізу, призначений для візуального та чисельного дослідження структури таблиць зв’язності великої розмірності [155, с. 561].

Сьогодні аналіз відповідностей активно застосовують у різноманітних областях, зокрема в соціології, політиці, економіці, маркетингу та управлінні підприємствами. Прикладами застосування методу аналізу відповідностей є вивчення споживчих груп населення в різних регіонах за статтями витрат по кожній групі, дослідження імпорту товарів (наприклад, за назвами та виробниками).

Аналіз відповідностей застосовував К. Дале для вивчення відмінностей управлінського обліку на сімейних та несімейних підприємствах. Він перевіряв гіпотезу про те, сталий розвиток сімейних підприємств спрямований у першу чергу на досягнення гуманітарних цілей, ніж фінансових. Дослідження проводились на основі емпіричних даних діяльності підприємств регіону Верхньої Австрії. Результати аналізу показали, що окрім ступеня рентабельності капіталу, цілі сімейних підприємств не суттєво відрізняються від цілей несімейних підприємств [360].

С. Мейлі, М. Веньюіке та Дж. Серем за допомогою аналізу відповідностей досліджували умови успішного вирощування кроликів в Кенії у контексті зменшення їх чисельності у зв’язку зі збільшенням щільності населення [446].

К. Джиконські та С. Ігнатюк застосовували метод аналізу відповідностей для дослідження взаємозалежності венчурного капіталу та преференцій приватних інвестиційних фондів в окремих країнах. Проведений аналіз дав можливість визначити, що доступ підприємств до фінансових ресурсів забезпечують низка умов умови, зокрема впровадження нових технологій, нових продуктів і послуг, розширення каналів збуту, впровадження змін, які можуть призвести до зростання конкурентоспроможності та інновації [361]. Ці фактори є визначальними для сталого розвитку підприємств, зокрема і для їхнього соціально-гуманітарного розвитку.

Сучасні підприємства існують у поворотний момент для світової економіки. З одного боку, економічний розвиток характеризується суттєвим

збільшенням рівня безробіття, зниженням росту продуктивності праці та сповільненням економічного зростання, спричинених геополітичною напруженістю, формуванням нових ринків і цін на енергоносії, нестабільністю валюти. З іншого боку, четверта промислова революція стимулює економічне зростання шляхом поєднання виробничих технологій з обробкою даних, впровадження інновації у виробництві та споживанні. У той же економічна політика більшості країн світу орієнтована на людину та досягнення загальних соціальних цілей [495].

В умовах соціалізації суспільства для забезпечення конкурентоспроможності сучасним підприємствам не достатньо підтримувати лише економічне. Ключовими аспектами успішного бізнесу сьогодні стали індикатори соціально-гуманітарного розвитку. У цьому контексті для аналізу показників усіх сфер своєї діяльності та формування оптимальних управлінських рішень підприємства успішно використовують результати застосування методів економетричного аналізу.

3.2. Теоретико-практичні проблеми кількісного оцінювання соціально-гуманітарного розвитку підприємництва в контексті глобального прогресу.

Однією з найважливіших сучасних наукових парадигм є соціально-гуманітарний розвиток на різних рівнях. Найвища цінність сьогоднішнього суспільств людська особистість у всіх її проявах. Вагомий внесок у вивчення питань людського розвитку здійснили ряд зарубіжнихі вчених. Серед них Г. Беккер, М. Десай, А. Льюіс, Г. Мюрдаль, А. Маршалл, Т. Шульц тощо. Багато вітчизняних науковців також займались дослідженням питань людського розвитку. Зокрема, В. Антонюк, В. Близнюк, В. Геєць, Г. Герасименко, О. Грішнова, М. Долішній, Т. Кір’ян, А. Колот, Е. Лібанова,

Л. Лісогор, Л. Любохинець, О. Макарова, Г. Назарова, О. Новікова, І. Петрова, Т. Поспєлова, О. Сливка, М. Романюк, У. Садова тощо.

Підприємства є частиною суспільства. Вони беруть участь в соціальній, культурній та освітній сферах, сприяючи економічному та соціальному розвитку шляхом створення робочих місць, виробництва товарів, забезпечують доходи і ресурси для громадських спільнот, інновацій та загального прогресу. Для ведення успішного бізнесу сьогодні не достатньо лише забезпечити стабільність його фінансового зростання. Показником успішності компанії в сучасних умовах політичної глобалізації, соціально-економічної інтеграції та кооперації є й моральна та матеріальна відповідальність за підвищення рівня життя суспільства. Розвиток та процвітання компанії у значній мірі залежать від соціальної орієнтованості бізнесу.

Соціально відповідальні компанії зацікавлені у вирішенні головних проблем суспільства, зокрема подолання безробіття та соціального відчуження, надання рівних можливостей для всіх, вирішення екологічних проблем. Такі компанії надають спонсорську та гуманітарну допомогу.

Корпоративна соціальна відповідальність властива сьогодні не лише великим компаніям, а й сучасному бізнесу взагалі. Вона передбачає етичне ведення бізнесу та внесок у розвиток економіки, створення умов для покращення рівня життя як працівників та їх сімей, так і місцевих громад та суспільства загалом. Корпоративна соціальна відповідальність актуальна для всіх типів компаній і в усіх сферах діяльності від малих і середніх підприємств до великих міжнародних корпорацій.

Дослідження впливу соціальної відповідальності компаній на економічний і соціальний розвиток та загальний прогрес проводили Д. Бадилескі та Н. Петрія [323]. Аналіз діяльності низки компаній з хорошими соціальними й екологічними показниками свідчить про те, що їхні бізнес-стратегії сприяють залученню клієнтів, збільшенню продуктивності праці та прибутку. Вивченням питань взаємозв’язку соціальних пріоритетів,

гуманітарного розвитку та екологічної крихкості з соціально-економічною та загальною техніко-економічною відсталістю країн займався С. Дж. Джонсон [427]. Дію соціальних цінностей на економічне зростання досліджували І. Еригл та Н. Кенгел. Вони встановили, що країни з високим рівнем довіри населення до держави мають високий рівень гуманітарного розвитку та високий дохід на душу населення [366]. Взаємозалежність гуманітарно-соціального захисту та формування і зміцнення держави розглядали у своїх працях У. Гентіліні. та А. Самнер [383, 384].

Як і ряд інших авторів, серед яких К. Абу-Ісмаіл, Дж. Абі Талеб, Р. Рамадан, вони досліджували особливості національного та міжнародного вимірів бідності [309]. Аспект економічного розвитку та створення соціального індексу капіталу розглядав Н. Туісаз [513]. Емпіричним оцінюванням причинно-наслідкового зв’язку соціального капіталу та економічного розвитку займався Б. Ейзкен [470].

Для сучасних підприємств одним з актуальних питань є зміна традиційних принципів ведення бізнесу та розробка нових стратегій, що передбачають узгодження інтересів економічної та екологічної сфер діяльності, забезпечення соціальної захищеності та справедливості [114, с. 85]. Широкий інтерес науковців викликає категорія «сталий розвиток підприємства». Це поняття охоплює не лише характеристику економічного зростання, а й різноманітні неекономічні внутрішні та зовнішні чинники соціальні, політичні, культурні, інноваційні, екологічні тощо [37].

Визначальними чинниками сталого розвитку підприємництва є фінансова стабільність і ріст прибутків, наявність джерела доходів (споживачів), задоволеність та соціальна захищеність робітників, охорона довкілля та схвалення суспільством.

Динаміку сталого розвитку з урахуванням основних параметрів представляють наступним аналітичним виразом [114, с. 87]:

$$\frac{df(L,K,N,I)}{dt} \geq 0,$$

де $F(L, K, N, I)$ функція старого розвитку; L трудові ресурси; K умовний капітал (фізичний), засоби виробництва; N природні ресурси; I інституційний фактор (державна політика, рівень зайнятості, корупція тощо).

Дослідженню проблем визначення економічної стійкості та сталого розвитку підприємства присвячено багато праць вітчизняних та зарубіжних вчених. Серед них Ю. Анісімов, А. Богатко, Г. Голобокова, Г. Захарова, І. Омельченко. Вивченням питань сталого розвитку економічних систем займались Г. Брантленд, Г. Кларк, Г. Дейлі, Б. Хьюз, Д. Медоуз, В. Андерсон, Н. Андрєєв, З. Бурик, О. Веклич, Е. Гірусов, Б. Данилишин, О. Карінцева, Л. Квятковська, Л. Мельник, О. Осауленко, Г.Платонов, М. Хвесик, О. Шубравська тощо.

Водночас на сьогоднішній день не проводились комплексні дослідження взаємозв’язку соціально-гуманітарного розвитку підприємств та сталого розвитку країн загалом. Окрім того, розробка системи показників адекватної оцінки рівня сталого розвитку підприємств на сьогодні є складною нетривіальною науковою проблемою дискусійного характеру, яка потребує вирішення.

Підприємство у сучасному суспільстві можна розглядати як відкриту систему. На успішний розвиток бізнесу впливають не лише внутрішні, а й зовнішні (неконтрольовані) фактори: політичні, економічні соціально-демографічні, технологічні, географічні та ринкові.

Поглиблення процесів глобалізації, інтеграції та інтернаціоналізації є підгрунтям для покращення соціально-економічних умов розвитку суспільства, подолання нерівності у сфері розвитку людського потенціалу та зменшення соціальних конфліктів. Інвестиції в соціально-гуманітарний розвиток є вкладенням капіталу з високими девідендами в економіки країн, що забезпечує їхню конкурентоспроможність. Визначальними конкурентними індикаторами сучасних національних економік є освіта та охорона здоров’я населення, розвиток науки, рівні можливості, забезпечення свобод та безпеки,

доступність і наповнення інформаційного середовища; якість життя населення.

Сучасне суспільство оцінюють як високо розвинене. Однак у XXI столітті 1,2 млрд. людей змушені виживати на $ 1,25 на день. За межею бідності живуть майже 1,5 млрд. у більше, ніж 90 країнах з низьким рівнем розвитку [49]. Для них недоступними є охорона здоров'я, освіта, свобода вибору та гідне життя. Загалом рівень зубожіння у світі зменшується, однак майже 800 млн. людей балансують на межі бідності.

Одним із найбільш авторитетних рейтингів серед багатьох міжнародних вимірників рівня розвитку людського потенціалу країни є Індекс людського розвитку (ІЛР). В його основу покладено положення про те, що основним критерієм оцінки розвитку країни є не лише економічне зростання, а й люди та надані їм можливості. Аналіз ІЛР використовують для вдосконалення векторів розвитку у сфері соціальної та національної політики країни.

Сучасне трактування поняття «рівень життя» передбачає не лише вимірювання економічного добробуту населення у вигляді реального доходу на душу населення та кількості населення за межею бідності. Це поняття включає й різноманітні соціально-гуманітарні чинники соціальні, політичні, культурні, інноваційні, екологічні та інші. Сьогодні важливим є не лише виживання, а, насамперед, якість та безпека життя, можливість отримати гідну роботу, що приносить задоволення, рівні права та можливості для всіх, довіра до уряду, впевненість у майбутньому, рівень людського розвитку та нагромадження людського капіталу.

ІЛР це агрегований показник, який обчислюють за середньостатистичними даними для 188 країн світу. Він не враховує поправку на внутрішню нерівність [108].

Окрім нього, розраховують ще низку показників для визначення рівня розвитку людського потенціалу. Зокрема, Індекс людського розвитку, скоригований з урахуванням соціально-економічної нерівності; Індекс гендерної розвитку; Індекс гендерної нерівності; Індекс багатовимірної

бідності (убогості) населення для країн, що розвиваються; демографічні тенденції; рівень охорони здоров'я; рівень освіти; національний дохід і склад ресурсів; забезпечення екологічної стійкості; показники праці та зайнятості; вимірники безпеки життя людини; індикатори міжнародної інтеграції; рівень сприйняття добробуту.

Показники людського розвитку розраховують на різних рівнях: регіональному, національному та міжнародному. У заключному звіті при визначенні положення країни у світовому рейтингу враховують наступні індикатори рівня життя [104]:

- освіченість та рівень освіти;
- тривалість та якість життя;
- демографічні показники;
- рівень ВВП на душу населення;
- індекс споживчих цін;
- рівень використання мобільного зв'язку та Інтернет;
- якість питної води;
- рівень охорони здоров'я;
- використання енергії різних видів;
- площі лісів;
- гендерна рівність;
- забезпечення прав та свобод людини;
- відчуття безпеки та впевненість у майбутньому;
- показники міграційних процесів;
- збереження навколишнього середовища;
- рівень злочинності;
- зайнятість та безробіття тощо.

У загальному звіті визначають наступні індекси: HDI –індекс людського розвитку, GDI індекс гендерної рівності, GEM захист прав жінок, IP індекс бідності.

Сьогодні для оцінювання людського розвитку використовують достатньо розроблену та науково обгрунтовану узагальнену систему індикаторів, яка дає оцінку кількісних та якісних характеристик соціально-гуманітарного та економічного розвитку регіону. Це коефіцієнти диференціації наступник показників:

– ІЛР (характеризує відмінності соціально-економічного розвитку досліджуваних регіонів);

– індексу здоров'я/довголіття (порівняння стану здоров'я жителів різних регіонів);

– індексу освіти (співставлення рівнів освіченості населення в різних регіонах);

– індексу доходів (визначення ступені економічної диференціації порівнюваних регіонів);

– індексу смертності (аналіз відмінностей стану здоров'я населення порівнюваних регіонів);

– рівня професійної освіти (відображення особливостей післядипломної освіти в досліджуваних регіонах).

ІЛР це узагальнений вимірник за трьома основними показниками оцінки якості життя населення в окремій країні. Для його розрахунку використовують такі показники: очікувана тривалість життя при народженні, рівень освіченості населення, рівень реальних доходів населення. При обчисленні його значення використовують аналітичні розробки та статистичні дані національних інститутів і міжнародних організацій.

Методологія розрахунку ІЛР для звіту ООН з розвитку людського потенціалу базується на використанні мінімального набору показників, для яких відомі достовірні співвимірні емпіричні дані в усіх країнах. Ці індикатори кількісно виражають основні виміри людського розвитку, а саме: довголіття (тривалість здорового життя); освіченість (навчання та самонавчання, вдосконалення набутих знань); гідний рівень життя (доступ до засобів існування, які забезпечують матеріальний добробут).

Довголіття це здатність прожити довго при задовільному здоров'ї. Основний показник довголіття середня очікувана тривалість життя при народженні, виміряна у роках. Його розраховують диференційовано окремо для чоловіків та жінок і обчислюють на основі умовного покоління (померлих у поточному році людей різного віку).

Цей показник одним значенням оцінює щільність ймовірності смертності населення окремої країни характеризує довголіття умовного новонародженого у поточному календарному році, життя якого гіпотетично пройде за умов такої інтенсивності смертності. Реальний новонароджений проживе, в середньому, довше, ніж гіпотетичний, оскільки за час його життя система охорони здоров'я стане більш досконалою, також відбудеться покращення якості та стандартів життя.

Освіченість оцінює можливість отримувати та накопичувати знання, вільно спілкуватись та обмінюватись інформацією. Грамотність загалом це здатність людини прочитати простий текст, що стосується повсякденних понять, зрозуміти його та коротко відтворити (записати).

Для високорозвинених індустріальних країн з ринковою економікою рівень грамотності встановлюють рівним 99%. З врахуванням тенденцій до підвищення рівня освіченості у всьому світі та задля найбільш адекватного відображення диференціації між індустріальними країнами вимірник освіченості визначають за допомогою комбінації двох базових показників: рівня грамотності дорослого населення (серед старших 15 років визначають відсоток грамотних від загальної чисельності населення) та рівня охоплення навчанням (для груп різного віку обчислюють сукупну частку тих, хто навчаються, від загальної чисельності населення). Ці складові показника освіченості використовують з такими ваговими коефіцієнтами: 2/3 відводять на рівень грамотності і 1/3 на сукупну частку учнів. Сукупну частку тих, хто навчаються, розраховують як відношення загальної чисельності людей, які розпочали навчання на всіх рівнях освіти (початкова, середня, середня спеціальна, вища школи, післядипломна освіта) впродовж одного року, до

загальної чисельності населення відповідного віку. Вікові інтервали зазвичай обирають від 5 до 24 років, хоча вони можуть бути змінені для окремо взятої країни.

Найскладнішим для оцінювання та пояснення рівня розвитку людського потенціалу є показник економічного добробуту населення. Рівень життя оцінює можливість отримати матеріальні ресурси, необхідні для якісного життя, зокрема здатність вести здоровий спосіб життя, забезпечення територіальної та соціальної мобільності, вільний обмін інформацією та активна участь у суспільному житті.

Рівновага між стійким зростанням і нерівністю доходів пов’язана з балансом між пропозицією і попитом на кваліфіковану робочу силу. Для визначення економічної нерівності в країні використовують коефіцієнт Джині показник нерівності розподілу доходів домогосподарств окремої країни чи регіону.

Адекватний базовий показник рівня життя повинен враховувати багато різноманітних факторів. Це індивідуальний дохід, накопичена приватна власність, пропорційний розподіл доходів між різними верствами населення, доступ до природних і грошових ресурсів, рівень розвитку інфраструктури, системи охорони здоров’я, освіти, транспорту, комунікацій, індивідуальний стиль життя, розмір і структура сім’ї, екологічні умови проживання тощо.

При обчисленні ІЛР в якості його вимірника використовують значення скоригованого реального валового внутрішнього продукту (ВВП) на одну особу. Його розраховують за паритетом купівельної спроможності національної валюти окремої країни.

Курси основних валют світу, зокрема долара та євро, суттєво завищені щодо реальної купівельної спроможності багатьох національних валют. Наприклад, курс долара стосовно китайського юаня завищений майже у 8 разів. Про українську гривню та російський рубль наразі навіть не доводиться говорити. Це один із механізмів пограбування Третього світу та пострадянського простору країнами західного капіталу, які задешево

скуповують у країнах з низьким рівнем розвитку їхні товари, послуги, природні і трудові ресурси, а натомість свої товари та послуги продають їх якнайдорожче.

Нееквівалентність валют завищує реальну відмінність рівня життя населення у розвинених країнах (насамперед США) та слаборозвинених країнах. Насправді різниця є значно меншою, ніж диференціація на основі номінального ВВП на душу населення. Тому диспаритет валют потрібно враховувати при встановленні реального рівня життя в окремій країні [65].

Для обчислення ІЛР необхідно привести показники всіх його складових до єдиного виміру розрахувати відповідні часткові індекси людського розвитку (тривалості життя, рівня освіченості та скоригованого реального ВВП). У залежності від значення показника ІЛР країни класифікують за наступними рівнями розвитку: найвищий (42 країни), високий (43 країни), середній (42 країни) і низький (42 країни) рівень.

Методологію обчислення ІЛР постійно допрацьовують та покращують. Найскладніше отримати достовірні порівнянні дані для невисоко розвинутих країн та країн з перехідною економікою, в яких зазвичай не фіксують відповідні показники.

В ІЛР агреговані натуральні та вартісні показники, кожен з яких переводять в індекси, значення яких знаходяться у проміжку від 0 до 1. Індекси визначають відхилення показників окремого регіону від їхніх встановлених граничних значень.

Аналітичний вираз індексування показника *x*:

$$x_{\text{зід}} = \frac{x - \min(x)}{\max(x) - \min(x)} x,$$

де min(*x*) і max(*x*) граничні значення показника *x*.

Індекс людського розвитку окремої країни обчислюють як середнє арифметичне таких показників [66]:

індекс тривалості життя $Tr = \frac{ST - 25}{85 - 25}$;

індекс освіти $O = \frac{2}{3} \times RG + \frac{1}{3} \times SC$;

індекс грамотності дорослого населення $G = \frac{RG}{100}$;

індекс сукупної частки учнів $C = \frac{SC}{100}$;

індекс ВВП $GDP_{зід} = \frac{\log(GDP) - \log(100)}{\log(4000) - \log(100)}$,

де *ST* середня тривалість життя, *G* рівень грамотності дорослого населення у відсотках, *C* сукупна частка учнів, *GDP* ВВП на душу населення, розрахований за паритетом купівельної спроможності (у $ США).

Значення загального показника ІЛР знаходяться у межах від 0,001 до 1. Його розраховують для окремо кожної країни. За отриманою величиною ІЛР визначають місце країни у світовому рейтингу.

Одним із найважливіших та водночас найсуперечливіших критеріїв встановлення рівня процвітання країни є ступінь перетворення економічного зростання в добробут. ВВП, який є одним із найсуттєвіших індикаторів при визначенні розвитку країн, придатний для вимірювання обсягів вироблених товарів і послуг, але ніяк не для оцінювання речей, які насправді важливі для більшості людей. Якщо бурхливий розвиток приносить користь лише невеликій частині населення, країну не можна вважати соціально розвиненою. Однак, більшість експертів вважають, що ВВП все ж відіграє велике значення при оцінці людського розвитку і важко знайти рівноцінний індикатор для його заміни.

Дослідники з Бостонської консультаційної групи (Boston Consulting Group) запропонували новий спосіб вимірювання прогресу оцінка стійкості економічного розвитку (Sustainable Economic Development Assessment) [67, 68,69]. Індекс відстежує 160 країн за трьома складовими: економіка, стійкість та інвестиції. Ці елементи складаються з 10 вимірів, які включають в себе такі чинники:

– якість навколишнього середовища;

– ефективність та підзвітність уряду, стабільність і свобода;

– громадянська активність, міжгрупова згуртованість, особиста безпека і довіра, гендерна рівність;

– розподіл доходів;

– багатство вимірюють як ВВП на душу населення (GDP per capita) для оцінки поточного рівня і ВВП (GDP константа у місцевій валюті) для оцінки прогресу;

– інфляція, ВВП та інфляційні коливання;

– рівень зайнятості, безробіття, самозайнятість;

– доступність медичного обслуговування та досягнеть медико-санітарної допомоги;

– доступність освіти;

– водопостачання, інфраструктура, транспорт, доступ до інформації та комунікаційні технології.

Проведені дослідження довели, що економічне багатство країни не обов'язково гарантує кращу якість життя її громадян. Про це свідчать дані, отримані при визначення Індексу соціального прогресу (Index of Social Progress, SPI) [67, 68, 69]. Його використовують для оцінювання соціальної прогресивності країн. Соціальний прогрес розглядають як здатність суспільства задовольняти основні потреби своїх громадян, створювати для них нові можливості для поліпшення свого життя та умови використання повного потенціалу кожної окремої особи.

Індекс соціального прогресу свідчить про те, що ВВП на душу населення, значення якого для кожної з країн визначає Світовий банк [70] не є основним чинником соціального прогресу. Більш значущими виявились охорона здоров'я, освіта, соціальні свободи та толерантність.

Проведені дослідження становлять значний інтерес для різних країн, підприємств та груп споживачів. За допомогою індексу соціального прогресу вони можуть реально оцінити свої сильні та слабкі сторони та визначити нові

можливості, щоб компенсувати недоліки. Сучасний світ стикається з дедалі складнішим комплексом глобальних викликів. На основі даних SPI компанії та роботодавці у різних країнах отримують інформацію про найбільш розвинуті галузі, приймають раціональні рішення при веденні бізнесу та виборі політичних інвестицій.

На протязі всієї історії розвитку людства завжди були ті, хто прагнули змінити суспільство на краще. За останніх кілька десятиліть суттєво зросла роль підприємств у вирішенні соціальних проблем на всіх рівнях. Одним із інноваційних способів ведення бізнесу компаніями стало соціальне підприємництво використання нових підходів (бізнес ноу-хау) до вирішення традиційних складних соціальних проблем, зокрема пов'язаних з подоланням бідності та допомогою незахищеним верствам населення. Цей сектор вже знайшов своє належне місце у найбільших економіках світу, де бізнес тісно пов'язаний з благодійністю.

Сучасних бізнесменів називають поколінням соціальних підприємців. Вони розробляють нові бізнес-моделі, які поєднують в собі економічне зростання і соціальну інтеграцію, фінансову дисципліну ринкового капіталізму зі співчуттям та співучастю, які так необхідні для створення більш справедливого світу, використовують інноваційні методи розподілу і реплікації та відчувають себе відповідальними за результати своєї підприємницької діяльності. Сьогодні соціальне підприємництво переростає у глобальний рух.

Одна з найбільших у світі фундацій корпоративної благодійності Foundation Thomson Reuters сформувала рейтинг країн, які створюють найкращі умови для соціальних підприємців. 20 експертів з соціального підприємництва (вчені, соціальні підприємці, інвестори, політики) оцінили 45 країн світу з найбільш розвинутими економіками, ранжируваними Світовим банком.

Дослідження провела компанієя Thomson Reuters, що спеціалізується на моделях та аналітиці, у співпраці з StarMine та британською фундацією для

соціальних підприємців UnLtd, за спонсорської підтримки Deutsche Bank. Було опитано по 12 експертів з кожної країни. Загалом 880 експертів відповіли на 619 запитань. Серед респондентів 48% становили жінки.

Ще однією організацією, що прагне покращити світ, є Всесвітній економічний форум (World Economic Forum). Це міжнародна організація з питань державно-приватного співробітництва. Форум об'єднує політичних, ділових та інших лідерів суспільства для вирішення глобальних, регіональних та галузевих проблем [417-419].

У рамках ініціативи з міжнародної торгівлі, інвестицій, розробки системи інформування глобальної політики та практичної підтримки торгівлі Всесвітній економічний форум спільно з Глобальним альянсом по спрощенню процедур торгівлі (Global Alliance for Trade Facilitation) формують Звіт з світової торгівлі (Global Trade Report) [523].

Всесвітній економічний форум, Міжнародна торгова палата і Центр міжнародного приватного підприємництва об'єднали свої зусилля з урядами Австралії, Канади, Німеччини, Сполученого Королівства та Сполучених Штатів для спільного використання бізнес-досвіду, лідерства та ресурсів з метою підтримки ефективних реформ щодо спрощення процедур торгівлі, які вимірюють за допомогою реальних бізнес-метрик. Звіт формують у період невизначеності для світової торгівлі, що є характерним і для стану сучасної економіки.

Важливість торгівлі в якості одного з визначальних чинників зростання і важливість зростання для зменшення бідності сьогодні не викликає сумнівів. Торгівля дає можливість країнам використовувати свою специфіку, новітні технології та ноу-хау, стимулює розвиток конкуренції та збільшення економічного ефекту. Всі ці фактори сприяють розвитку інновацій, підвищенню продуктивності та економічному зростанню. Зокрема, торгівля сприяла виконанню однієї з цілей сталого розвитку сучасного тисячоліття у період з 1990 по 2015 рр. глобальна бідність скоротилась вдвічі. Саме торгівля має стати основним засобом викорінення крайньої бідності до 2030 року.

Однак, економічне зростання країни чи підприємства не є єдиною проблемою глобалізації. Кардинально важливим сьогодні є здатність сприяти загальному процвітанню. Нагальним є розвиток внутрішньої та міжнародної торгівлі. У багатьох країнах з розвиненою економікою глобалізація спричинила поглиблення соціально-політичних проблем та нехтування моральними нормами. У той же час, у країнах, що розвиваються, надто високі витрати на торгівлю, що перешкоджає їхній інтеграції в світову економічну систему і обмежує здатність найбідніших брати участь у глобальному ланцюжку створення цінностей.

У Звіті з світової торгівлі, окрім інших досліджень, проведено кореляційний аналіз глобального індексу торгівлі та ВВП (Рис. 3.1).

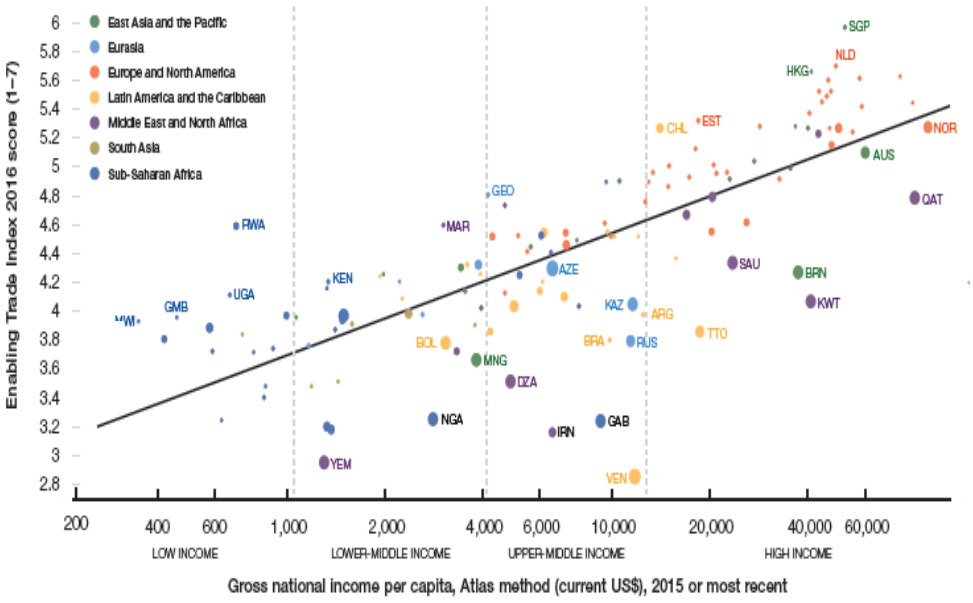


Рис. 3.1. Залежність ВВП на душу населення та індексу торгівлі, 2016 р.

Джерела: World Economic Forum, World Bank, World Development Indicators

Позначення: ARG = Аргентина; AUS = Австралія; AZE = Азердбайджан; BOL = Болівія; BRA = Бразилія; BRN = Бруней; CHL = Чилі; DZA = Алжир; EST = Естонія; GAB = Габон; GEO = Грузія; GMB = Гамбія; HKG = Гонконг; SAR Південні Арабські Емірати; IRN = Іран, Ісламська республіка; KAZ = Казахстан; KEN = Кенія; KWT = Кувейт; MAR = Марокко; MNG = Монголія; MWI = Малаві; NGA = Нігерія; NLD = Нідерланди; NOR = Норвегія; QAT = Катар; RUS = Росія; RWA = Руанда; SAU = Саудівська Аравія; SGP = Сінгапур; TTO = Тринідад і Тобаго; UGA = Уганда; VEN = Венесуеле; YEM = Ємен.

Ще однією з найважливіших проблем сучасності є корупція [317]. Згідно з останньою доповіддю Transparency International навіть найменш корумповані країни світу «експортують» корупцію за кордон [419]. Дослідження показали, що навіть «найчистіші» європейські країни можуть бути пов'язані з корупцією за кордоном, зокрема засобом підкупу відповідальних осіб у їхніх іноземних компаніях. Жодна країна не є вільною від корупції, про що свідчить Індекс сприйняття корупції (Рис. 3.2)

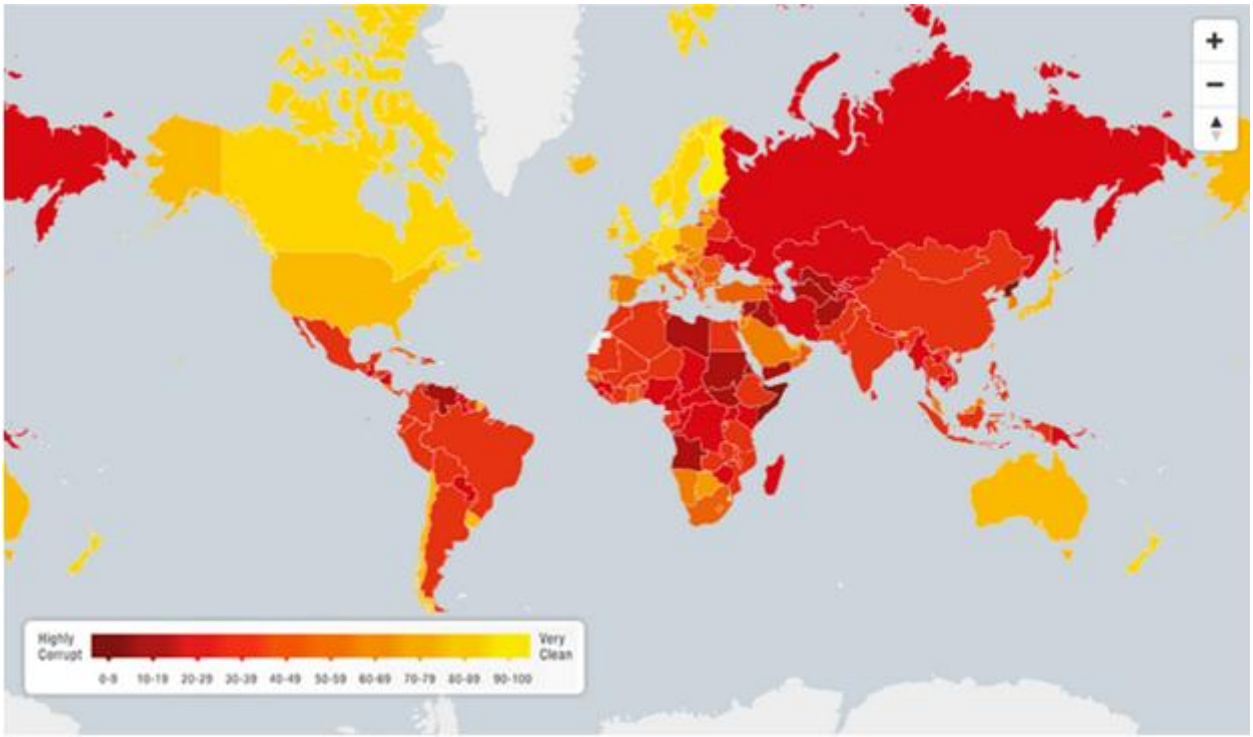


Рис. 3.2. Індекс корупції в державному секторі, світ, 2015

Джерело: Transparency International

Темно-червоним кольором позначено країни з високим рівнем корупції. Жовтим «чисті» країни, але ніяк не вільні від корупції. Багато європейських країн «експортують» її в інші регіони. Хоча їхній внутрішній державний сектор вільний від корупції, вони пов'язані з корупцією за кордоном. Половина країн Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) також не виконують своїх зобов'язань щодо викорінення хабарництва. Вони не дотримуються Конвенції ОЕСР по боротьбі з підкупом в іноземних державах.

Наймеш корумпованими країнами у 2015 р. визнано Данію, Фінляндію, Швецію, Нову Зеландію, Нідерланди, Норвегію, Швейцарію, Сінгапур, Канаду та Німеччину. Найкорумпованішими країнам світу притаманні конфлікти, нерівність та бідність. За даними Звіту Всесвітнього економічного форуму половина з 10 найкорумпованіших країн світу займають низькі місця у Глобальному світовому індексі за 2015 рік.

Корупція є суттєвим фактором занепаду ділової активності в країнах з економікою, що розвивається, та у країнах, що розвиваються. Корумповані чиновники негативно впливають на доступ підприємств на ринок. Боротьба з корупцією займає центральне місце у подоланні бідності та нерівності. Тому все більше країн світу прагнуть викорінити корупцію. Зокрема, Греція, Сенегал та Сполучене Королівство досягли значного прогресу порівняно з 2012 роком. У 2015 р. відбувся ряд протестів проти корупції по всьому світу, що стало сигналом владі, що настав час спільно вирішувати проблему корупції [491].

Корупцію зазвичай розглядають як «зловживання владою задля досягнення особистих цілей» [398]. Вона спричиняє розвиток тіньової економічної діяльності. Корупція, як і неформальна економіка, давно стали фактами реального життя і в даний час поширюються в усьому світі. Процвітаюча тіньова економіка спотворює офіційну статистику (з безробіття, офіційної робочої сили, реальних доходів, споживання тощо). Зростання тіньової економіки вносить деструктивний характер в оподаткування та спричиняє порушення податкового законодавства. Уряд змушений реагувати на це явище шляхом підвищення податкових ставок, тим самим стимулюючи подальше зростання частки прихованого бізнесу та зменшення бюджетних надходжень. У той же час не менше двох третин доходів тіньової економіки відразу ж витрачаються в офіційній економіці, що є значним позитивним впливом на офіційну економіку. Зростання тіньової економіки може створювати вагомі стимули для залучення вітчизняних та іноземних працівників з офіційної економіки [416].

Оцінити реальні розміри тіньової економіки важко. Підприємства, які займаються підпільною діяльністю, роблять все можливе, щоб уникнути виявлення. Але для прийняття рішення про розподіл ресурсів державним органам потрібна інформація про те, скільки людей зайняті у тіньовій економіці та яких розмірів вона набула. Економісти та урядові статистичні організації розробляють різні методики вимірювання та методи оцінки обсягів тіньової економіки, однак у більшості країн такі дослідження не проводяться. А серед тих країн, для яких періодично проводять аналіз тінізації, результати показали, що масштаби тіньової економіки для кожної з них є вражаючими [494]. Тіньова економіка найбільше процвітає у слаборозвинутих країнах, для яких характерними є низький рівень життя, недотримання прав людини та конфлікти, насамперед військові.

З 2013 року Інститут економіки і світу (Institute of Economics and Peace) визначає індекс глобального тероризму на основі ключових глобальних тенденцій і закономірностей терористичної діяльності протягом останніх 16 років. 2015 рік був визнаний роком глобального тероризму. Хоча кількість смертей від терористичних актів уперше з 2010 знизилась на 10%, загальний індекс виріс на 6%. У 2015 році розвинені країни відчули вплив тероризму більше, ніж будь-коли раніше зафіксовано 577 випадків смертей. У двадцять одній з 34 країн ОЕСР відбувся принаймні один теракт, причому більшість смертельних випадків було в Туреччині, Франції, Данії, Німеччини та Швеції [508]. У 2016 році міжнародний тероризм досяг свого піку, охопивши всі регіони світу та зосередившись на високорозвинених країнах.

Поширення міжнародного тероризму аж ніяк не сприяє розвитку бізнесу. У результаті конфліктів багато підприємств втрачають не лише майно та працівників, які прагнуть захистити свої родини, а й взагалі припиняють свою діяльність. Не сприяє тероризм і розвитку людського потенціалу. Населення країн, в яких відбуваються військові конфлікти, в пошуках кращої долі змушені шукати притулку у чужих країнах.

Макроекономічні наслідки імміграції полягають в тому, що іммігранти можуть обмежити можливості працевлаштування для місцевих жителів. Якщо раніше міграція була маргінальним явищем, то після розширення ЄС (включення країн Східної Європи) вона стала домінуючим чинником зростання населення у країнах Європейського Союзу. Якщо у 1990 році іммігранти становили 3,5% населення, то до 2014 року їх кількість зросла до 12%, що обумовлено значними міграційними потоками з країн охоплених військовими конфліктами. Першочергово це Громадянська війна в Сирії. За даними агентства Reuters найбільше біженців прямує на територію ЄС з Сирії та Афганістану, балканських країн та Африки. Головними транзитними країнами стали Італія, Франція, Туреччина, Іспанія та Греція. В основному біженці зацікавлені в еміграції в розвинуті країни, першочергово в Німеччину, Австрію та Францію [402].

Міжнародна неурядова організація Всесвітній економічний форум у 2016 р. провела дослідження впливу імміграції у західних країнах на макроекономіку країн на основі даних за 1990–2014 рр. Для виявлення зв’язку імміграційних потоків із зайнятістю та заробітною платою до емпіричних даних було застосовано авторегресійну модель. У результаті проведеного аналізу було виявлено ряд макроекономічних порушень виконання бізнес-циклу.

Встановлено, що зростання імміграції чинить негативний вплив на рівень заробітної плати, відповідно і до зрушень пропозиції праці в класичних макроекономічних моделях. Окрім того, збільшення міграційних потоків спричиняє зростання рівня безробіття [404].

Працююче суспільство стабільне суспільство, безробіття несумісне з культурою. Західний світ часто асоціює мігрантів із заворушеннями, руйнуванням та насильством. Підприємництво, створюючи нові робочі місця, створює і нові економічні можливості для інвесторів. Лідером у боротьбі з безробіттям та економічною нестабільністю у малорозвинених регіонах є Європа. Для США характерна інноваційна та підприємницька культура, однак

на допомогу країнам, що розвиваються, вони виділяють лише 1% від витрат на підприємництво [415]. Європа, зокрема Німеччина, Нідерланди та Швеція, вкладають значну частку своїх міжнародних фондів розвитку у підтримку підприємництва та бізнеспроектів у країнах, що розвиваються.

Шукаючи кращої долі, люди їдуть у країни, де кращі умови для проживання, роботи та ведення бізнесу. Сьогодні спостерігається переміщення висококваліфікованої робочої сили до високорозвинених західних країн з менш розвинених країн ЄС. Натомість прибувають низько кваліфіковані працівники з слабо розвинених країн сходу.

Приймаючі країни зобов’язані надавати мігрантам соціальне забезпечення, і це забезпечення є значно більшим, ніж у країнах, звідки вони прибули. Щоб підтримати конкурентоспроможність країни, потрібно створити бізнес-сприятливі умови для торгівлі, інвестицій та промисловості у макроекономічному середовищі, забезпечити екологічну і соціальну рівновагу.

Робота основний мотив для імміграції. Однак, є й мігранти, які прибули в чужі країни з метою возз’єднання сім’ї або у пошуках притулку. Експансія мігрантів чинить негативні наслідки на рівень ВВП та призводить до зниження продуктивності праці, що зумовлено значним падінням інтенсивності використання капіталу (зниження вимог до кваліфікації робітників, яким можна платити меншу заробітну плату, застосування менш капіталомістких та ефективних технологій). Оскільки багато іммігрантів робочі зі Східної Європи, збільшився будівельний сектор виробництва [404]. Досвід останніх досліджень сталого розвитку країн світу свідчить, що у країнах, де не впроваджують високорозвинені інноваційні технології, пропозиція робочої сили не задовольняє попит на кваліфіковану робочу силу, а нерівність має тенденцію до збільшення [423].

В якості вимірника соціальної нерівності зазвичай використовують індекс Тейла, який базується на запропонованому Шенноном понятті інформаційної ентропії [400]. На відміну від коефіцієнта Джині індекс Тейла

враховує склад популяції. Цей індекс є зваженою сумою індексів Тейла кожної з груп популяції і показника соціальної нерівності між групами. Індекс Тейла дає можливість визначати відсоток соціальної нерівності, спричиненої розбиттям популяції на групи.

Необхідними умовами підтримки конкурентоспроможності країни є, зокрема, забезпечення сприятливих умов для підприємницької діяльності та торгівлі, дотримання балансу між екологічними і соціальними цілями бізнесу. Структурні зміни виробництва та індустріалізація сприяють швидкому зростанню економіки, що призводить до збільшення загальної зайнятості і використання робочої сили, скорочення масштабів убогості, синергії між стійким розвитком і розвитком людського потенціалу.

Імміграційна хвиля спричинила збільшення доходів бюджету приймаючої країни, однак лише у короткостроковій перспективі. Експансія імміграції не впливає на внутрішні ціни, однак спричиняє збільшення індексу споживчих цін (CPI) у середньостроковій перспективі за рахунок зниження обмінного курсу. Міграційні процеси позитивно впливають на грошово-кредитну політику, зокрема на рівень безробіття та інфляцію. У довготерміновій перспективі іммігранти не обмежують можливостей працевлаштування для місцевих працівників, а збільшення імміграції не чинить негативного впливу на сальдо бюджету країни. Зростання імміграційних процесів не впливає на ціни на житло та зростання споживчого кредитування.

Світова фінансова криза сприяла зростанню виробництва доданої вартості (Manufacturing value added, MVA) у промислово розвинених країнах та його уповільненню у малорозвинених країнах і нових промислово розвинених країнах (Developing and emerging industrial economies, DEIE). З 2010 року MVA відновився в обох групах, однак ще не досягло докризового рівня передових країн світу.

Зокрема, глобальний MVA оборонної промисловості досяг небувалого максимуму у $ 9228 млрд. (у постійних цінах 2005 року) в 2014 році. Частка

MVA промислово розвинених країн у ВВП знизилась з 15,4% у 1990 р. до 14,5% в 2014 р. Для країн з низьким рівнем розвитку вона збільшилася з 16,2% в 1990 р. до 20,5% у 2014 р. Частка MVA у світовому ВВП збільшилася з 15,6% до 16,2% за цей період. До 2014 р. MVA країн, що розвиваються, і нових промислово розвинених країн збільшився у 2,4 рази в порівнянні з 2000 р., в той час як їх ВВП у два рази [423].

Близько 58 відсотків експорту продукції обробної промисловості в світі складається з середньоі високотехнологічні виробництва, зокрема хімічна промисловість та обладнання, устаткування зв'язку та автотранспортні засоби.

За індексом промислового конкурентоспроможності ІДО ООН чотири, найбільш промислово розвинені країни втратили свої позиції протягом останніх трьох років. Серед п'яти найбільш конкурентоспроможних країн чотири з високим рівнем доходу (Німеччина, Японія, Корея і Сполучені Штати Америки) та Китай, на який припадає 59% світового MVA.

Виробництво залишається ключовою рушійною силою загального економічного зростання країн DEIE. У період з 1990 по 2014 рр. глобальний MVA зріс у два рази, з $ 4753 млрд. до $ 9228 млрд. у постійних цінах 2005 року. У DEIE, починаючи з 1992 року, зростання MVA залишався стабільно вищим, ніж зростання ВВП. До 2014 року MVA DEIE збільшився у 2,4 рази порівняно з 2000 р. у постійних цінах 2005 року, в той час як ВВП лише у два рази. Промислово розвинені країни збільшили загальну частку MVA лише на 51,3%, а DEIE в цілому підвищили свою частку в загальному MVA. Однак, продуктивність праці значно різниться між цими групами країн. Глобальне значення доданої вартості виробництва досягла небувало високого рівня $ 9228 млрд. у 2014 році [423].

Останні міграційні хвилі суттєво змінили світ, зокрема характеристики популяції багатьох країн. Так середня густота населення у світі складає, в середньому, 526 чоловік на квадратний кілометр площі 238 у високорозвинених країнах і 697 у країнах з незначним рівнем розвитку.

На сьогодні понад 25% населення світу молодші за 15 років 41% у малорозвинених країнах і 16% у країнах з високим рівнем розвитку. Зокрема, Населення Японії є найстарішим понад чверть її громадян старші за 65 років в той час, коли серед мешканців Катару та Об'єднаних Арабських Еміратів лише 1% відсоток старших за 65. У тридцяти трьох країнах Європи та Азії вже сьогодні більше людей старших 65 років, ніж у віці до 15, що є свідченням глобального старіння населення [412].

У топ-10 за показниками народжуваності в світі знаходяться країни Африки на південь від Сахари, де на одну жінку припадає більше шести дітей. Для Європи цей показник складає, в середньому, 1,6. Коефіцієнт народжуваності в Сполучених Штатах становить 1,8 дитини на одну жінку.

Глобалізація та урбанізація суттєво змінюють і середовище існування людини. Так у період з 1992 по 2013 рр. у всьому світі відбулося збільшення на 60% щорічних викидів вуглекислого газу, до 9,8 млрд. тон. Найвагоміший внесок у цей показник зробив Китай, продемонструвавши найбільший приріст за обсягом з 735 млн. тон до 2,8 млрд., що було максимумом серед усіх країн у 2013 році. У той же час сорок три країни світу скоротили свої викиди вуглекислого газу за той самий період. Найбільше зниження за обсягом зафіксовано в Україні, де викиди вуглекислого газу скоротилися на 98 млн. тон, до 74 млн. тон.

Відповідно до сучасних уявлень про екологічно безпечний і енергетично незалежний розвиток, 18% світової енергії сьогодні надходить з поновлюваних джерел [412].

Людство сьогодні все частіше задумується про забезпечення якісного, безпечного життя та збереження середовища свого існування для майбутніх поколінь. Значна допомогу у вирішенні глобальних питань людства можуть надати сучасні підприємства та компанії, зокрема міжнародні корпорації та альянси. Невід'ємною умовою успішності сучасного бізнесу та розвитку суспільства стали толерантність, меценатство та соціальна відповідальність.

3.3. Економетричне моделювання соціально-гуманітарного розвитку регіонів, країн, та підприємництва у контексті сталого розвитку.

Стратегія розвитку людської особистості є переважною у сучасному суспільстві. Соціалізація охопила всі сфери людської діяльності, включно з підприємницькою діяльністю. Сьогоднішньому бізнесу властиві лібералізація, гуманізація та зростання ролі підприємництва у глобальному сталому розвитку, який є головною метою усіх розвинутих країн світу.

Уніфікованої методики, за допомогою якої можна отримати достовірні результати аналізу індикаторів сталого розвитку, зокрема показників соціального підприємництва, ще не розроблено. Тому для проведення адекватних досліджень доцільно використовувати різні економетричні методи та зіставляти отримані дані. Системною проблемою таких досліджень є відсутність достовірних значень відповідних індикаторів для ряду країн.

Для вивчення взаємозалежностей чинників соціально-гуманітарного розвитку підприємств та традиційних індикаторів глобального сталого розвитку використано офіційні дані 218 країн світу за такими показниками:

– Індекс людського розвитку (Human Development Index, HDI);
– очікувана тривалість життя при народженні (Life expectancy at birt);
– очікувана тривалість навчання дітей шкільного віку (Expected years of schooling);
– середня тривалість навчання дорослого населення (Mean years of schooling);
– ВВП на душу населення (GDP per capita, current international $);
– ВВП (GDP, current US$);
– ВВП на душу населення (GDP per capita, current US$);
– Індекс Джині (Gini Index);
– Індекс тероризму (Ranked of terrorism);

– Індекс корупції (Rank of corruption);

– Індекс торгівлі (Trade Index);

– доступність і якість транспортної інфраструктури (Availability and quality of transport infrastructure);

– наявність і використання ІКТ (ICT);

– Індекс соціального прогресу (Social Progress Index);

– доступність знань (Access to Basic Knowledge);

– охорона здоров’я (Health and Wellness);

– особиста свобода і свобода вибору (Personal Freedom and Choice);

– толерантність (Tolerance);

– Індекс глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index);

– Індекс економічної свободи (Ranking of the world by economic freedom);

– Глобальний Індекс нерівності (The Global Peace Index records a less peaceful and more unequal world);

– населення (Population);

– міграція (Migrants);

– сприятливі умови для розвитку соціального підприємництва (Conditions are favourable for social entrepreneurs to start and grow their businesses);

– підтримка політики соціальних підприємців (Public support social entrepreneurs);

– легкість отримання грантів для соціальних підприємців (Ease of obtaining grants for social entrepreneurs);

– доступ до інвестицій для соціальних підприємців (Access to investment for social entrepreneurs);

– нефінансова підтримка соціальних підприємців (Non-financial support for social entrepreneurs);

– легкість продажу бізнесу (Ease of selling a business);

– можливість залучення кваліфікованих працівників (Ability to attract skilled workers);

– підтримка соціальних підприємців громадскістю (Public support social entrepreneurs);

– рейтинг країн світу за соціальним підприємництвом (Rating the world for social entrepreneurship);

– розвиток соціального підприємництва (Development of social entrepreneurship);

– лідерство жінок у соціальному підприємництві (Leading women in social entrepreneurship).

Для класифікації країн світу за показниками сталого розвитку та соціального підприємництва проведено кластерний аналіз методами дерева класифікації (tree clustering) та кластеризація *k*-середніми (*K*-mean clustering) [17, с. 161].

У результаті виділено 3 кластери (Рис. 3.3).

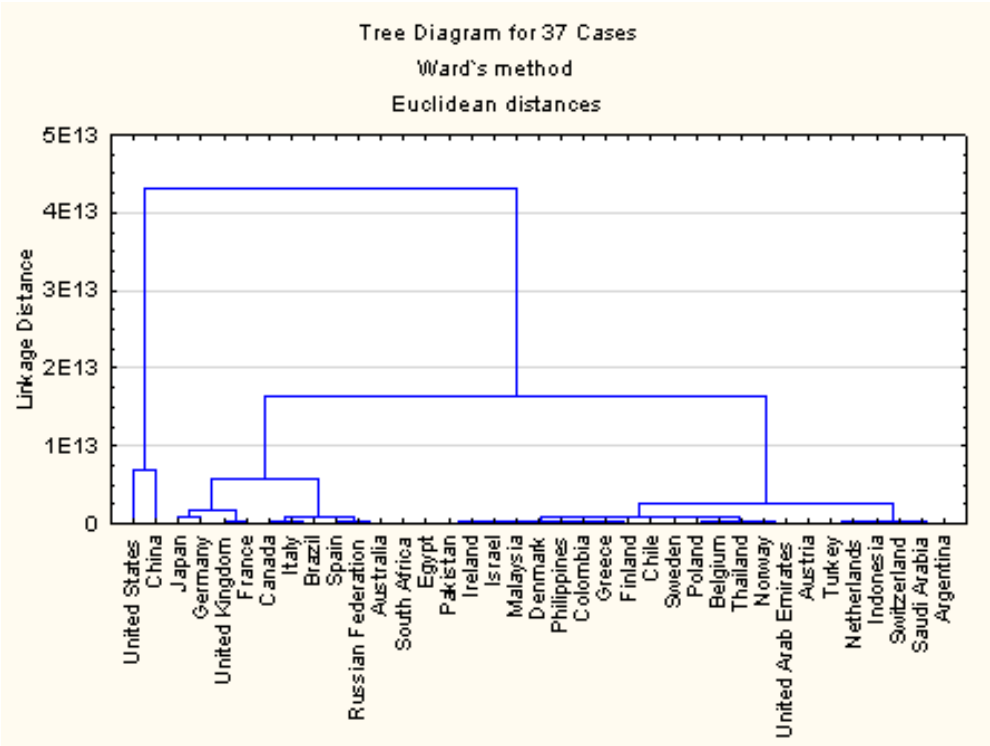


Рис. 3.3. Дендрограма країн світу за показниками соціального підприємництва та глобального сталого розвитку

Джерело: побудував автор

До першого кластеру ввійшли лише дві найбільш індустріально розвинені країни Китай та США (Рис. 3.3). Серед інших країн світу їх вирізняють великий ВВП, розвинена інфраструктура, високий Індекс глобальної конкурентоспроможності, значні міграційні процеси та збільшення популяції працездатного населення, сприятливі умови для розвитку соціального підприємництва, зокрема вільний доступ до інвестицій та суттєва нефінансова підтримка.

З іншого боку, для країн цього кластера притаманні низькі соціальні стандарти: найменша серед інших країн світу очікувана тривалість навчання дітей шкільного віку, низький індекс соціального прогресу, охорони здоров'я, толерантності, економічної свободи, слабка підтримка соціальних підприємців громадськістю, і в той же час найменший рівень корупції.

Другий кластер країн характеризують найвищі показники глобального сталого розвитку, зокрема ІЛР, очікуваноїа тривалості навчання дітей шкільного віку, середньої тривалості навчання дорослого населення, ВВП на душу населення, індексу торгівлі, соціального прогресу, використання ІКТ, доступу до знань, охорони здоров'я, толерантності, особистої свободи та свободи вибору. Також у цих країнах найкращі можливості для залучення кваліфікованих працівників, найбільша підтримка соціальних підприємців громадськістю та найпростіше отримати гранти для соціального підприємництва. Однак, у країнах цього кластера зафіксовано найвищий рівень корупції. Окрім того, в підприємництві є найнижчими показники розвитку соціального підприємництва та лідерство жінок у соціальному підприємництві (Рис. 3.4).

До цього кластеру належать країни з високим рівнем економічного розвитку та високими соціальними стандартами життя, зокрема це Великобританія, Німеччина, Франція тощо (Рис. 3.4).

Variable	Cluster Means (data)		
	Cluster No. 1	Cluster No. 2	Cluster No. 3
HDI	8,210000E-01	8,716667E-01	8,240000E-01
Life expectancy at birt	7,745000E+01	8,081667E+01	7,688966E+01
Expected years of schooling	1,480000E+01	1,595000E+01	1,540345E+01
Mean years of schooling	1,020000E+01	1,110000E+01	1,022759E+01
GDP per capita, PPP	3,528295E+04	3,620141E+04	3,415158E+04
GDP (current US$)	1,452218E+13	2,726627E+12	5,499928E+11
GDP per capita (current US$)	3,207170E+04	3,206141E+04	2,848566E+04
Impact of terrorism	5,492500E+00	3,590167E+00	3,450655E+00
Corruption	5,650000E+01	6,483334E+01	6,027586E+01
Enabling Trade Index	4,865884E+00	5,062709E+00	4,829978E+00
Transport infrastructure	5,829386E+00	5,337878E+00	4,439560E+00
ICT	5,415825E+00	6,027516E+00	5,372561E+00
Social Progress Index	7,336000E+01	8,342000E+01	7,711758E+01
Access to Basic Knowledge	9,561500E+01	9,825166E+01	9,355241E+01
Health and Wellness	6,498000E+01	7,281000E+01	6,593552E+01
Personal Freedom and Choice	7,701000E+01	7,836500E+01	7,436000E+01
Tolerance and Inclusion	5,259000E+01	6,450667E+01	6,038931E+01
Global Competentitiveness Index	5,250000E+00	5,016667E+00	4,789655E+00
Economic freedom	6,445000E+01	6,728333E+01	6,748965E+01
Population	8,573533E+08	1,013621E+08	4,923929E+07
Migrants	3,207885E+05	1,125250E+05	3,420424E+04
Promoting business	7,660000E+01	6,108333E+01	5,631034E+01
Support social entrepreneurs	5,815000E+01	4,973333E+01	4,572414E+01
Ease of obtaining grants for social entrepreneurs	3,725000E+01	4,265000E+01	4,112069E+01
Access to investment for social entrepreneurs	3,975000E+01	3,850000E+01	3,423793E+01
Non-financial support for social entrepreneurs	6,860000E+01	6,263334E+01	6,035862E+01
Ease of selling a business	5,565000E+01	4,971667E+01	4,932414E+01
Ability to attract skilled workers	5,655000E+01	6,095000E+01	5,410345E+01
Public support social entrepreneurs	3,515000E+01	3,855000E+01	3,676207E+01
Rating for social entrepreneurship	5,645000E+01	5,223333E+01	5,061965E+01
Development of social entrepreneurship	8,610000E+01	7,458334E+01	7,928966E+01
Leading women in social entrepreneurship	6,305000E+01	6,085000E+01	6,758276E+01

Рис. 3.4. Значення середніх у кожному кластері

Джерело: побудував автор

Третій, найбільший кластер, складають країни, які особливо не вирізняються ні значно високими показниками сталого розвитку, ні значним розвитком соціального підприємництва. окрім того, в цих країнах спостерігається найнижчий рівень ВВП на душу населення, торгівлі, доступу до знань, розвитку інфраструктури, використання ІКТ, індексу глобальної конкурентоспроможності, міграційних процесів, росту популяції та сприяння розвитку соціального підприємництва. У той же час у країнах цього кластера спостерігається найнижчий рівень тероризму (Рис. 3.4). Сюди входять Греція, Пакистан, Філіппіни, Польща, Росія тощо.

На сьогодні ще не розроблено загальноприйнятої методики оцінювання соціально-гуманітарного розвитку підприємництва та соціалізації суспільства загалом. Набір чинників, які традиційно використовують для визначення «реального» значення сталого розвитку, зазвичай є надто громіздким, а значення відповідних індикаторів не можна виміряти безпосередньо. Окрім того, ці змінні мають достатньо умовний характер, і набір відповідних показників, доступних для експериментального вимірювання та реєстрації, обмежений.

Тому для вивчення взаємозв'язку соціально-гуманітарного розвитку підприємництва та сталого розвитку країн використано факторний аналіз [17]. Основною метою його застосування було об'єднання великої кількості ознак (34), які характеризують глобальний сталий розвиток та соціальне підприємництво, у меншу кількість штучно створених на їх основі чинників. Отримана у результаті система факторів повинна описувати аналізовані дані не гірше, ніж початкова. Окрім того, це найзручніший апарат з точки зору змістовної інтерпретації.

Застосування методу головних компонент дало можливість виділити два фактори, що впливають на глобальний сталий розвиток: соціалізація суспільства та просування соціального підприємництва.

Факторна модель глобального сталого розвитку:

$$\boldsymbol{F_1} = 0{,}95HDI + 0{,}81 \cdot LE + 0{,}8EYS + 0{,}84 \cdot MYS + 0{,}85PPP + 0{,}89GP + 0{,}92RC + 0{,}92ICT + 0{,}97 \cdot SPI + 0{,}7ABK + 0{,}87 \cdot PFC + 0{,}83T + +0{,}82 \cdot GCI + +0{,}74REF; \quad (3.1)$$

$$\boldsymbol{F_2} = 0{,}87PB + 0{,}78SSE + 0{,}97RSE. \quad (3.2)$$

де:

HDI Індекс людського розвитку,

LE очікувана тривалість життя при народженні,

EYS очікувана тривалість навчання дітей шкільного віку, MYS середня тривалість навчання дорослого населення,

PPP ВВП на душу населення (за міжнаціональним курсом $),

GDP ВВП на душу населення (за поточним курсом $),

RC Індекс корупції,

ICT рівень використання ІКТ,

SPI Індекс соціального прогресу,

ABK доступність знань,

PFC особиста свобода і свобода вибору,

T толерантність,

GCI Індекс глобальної конкурентоспроможності,

REF Індекс економічної свободи; PB сприятливі умови для розвитку соціального підприємництва,

SSE підтримка політики соціальних підприємців,

RSE рейтинг країн світу за соціальним підприємництвом.

Проведено оцінювання навантажень кожної початкової змінної, яке відображає міру її внеску у виділений фактор (Рис. 3.5). Факторні навантаження можна інтерпретувати як кореляції між відповідними змінними та факторами.

Variable	Factor 1	Factor 2
HDI	0,95075	0,077809
Life expectancy at birt	0,81361	0,086091
Expected years of schooling	0,80208	-0,156143
Mean years of schooling	0,84438	0,195235
GDP per capita, PPP	0,85463	0,060386
GDP (current US$)	0,06890	0,370690
GDP per capita (current US$)	0,89214	0,066734
Impact of terrorism	-0,63319	0,107924
Corruption	0,91810	0,151113
Enabling Trade Index	0,90385	0,153640
Transport infrastructure	0,58052	0,230019
ICT	0,92521	0,121385
Social Progress Index	0,96615	0,058431
Access to Basic Knowledge	0,71558	-0,048686
Health and Wellness	0,56624	0,032010
Personal Freedom and Choice	0,87135	0,116191
Tolerance and Inclusion	0,83527	-0,006975
Global Competentitiveness Index	0,82050	0,263842
Economic freedom	0,74482	0,254433
Population	-0,33120	0,041338
Migrants	0,34388	0,324130
Promoting business	0,15261	0,866311
Support social entrepreneurs	0,04077	0,776926
Ease of obtaining grants for social entrepreneurs	-0,05218	0,677655
Ability to attract skilled workers	0,54871	0,513864
Public support social entrepreneurs	0,03654	0,671221
Rating for social entrepreneurship	0,15444	0,970903
Development of social entrepreneurship	0,01018	0,408525
Leading women in social entrepreneurship	0,06752	-0,080225

Рис. 3.5. Таблиця факторних навантажень

Інтерпретація результатів факторного аналізу. Найтісніше пов’язаними з першим фактором виявилися Індекс людського розвитку (0,95), Індекс корупції (0,92), рівень використання ІКТ (0,92), та Індекс соціального прогресу (0,97). Другий виділений фактор найщільніше пов’язаний зі значенням рейтингу країн світу за соціальним підприємництвом (0,97).

Найбільші факторні ваги по І фактору у Пакистану та Індонезії, по ІІ у США, Ірландії та Туреччини (Рис. 3.6). Початкові змінні по різному пов’язані з виділеними факторами (країни світу проводять різну політику у сфері соціального розвитку)

Case	Factor 1	Factor 2
Canada	0,77690	1,72875
Chile	-0,00533	1,08627
China	-1,13353	-0,18702
Colombia	-1,00633	0,55176
Denmark	1,10135	-0,18027
Egypt	-1,72128	-0,07121
Finland	0,98403	-0,25796
France	0,43523	0,97112
Germany	0,84282	0,66039
Greece	-0,23277	-1,19948
Indonesia	-1,45786	0,44922
Ireland	1,21867	-2,45695
Israel	0,07804	1,03400
Italy	0,06003	0,49645
Japan	0,78474	-1,22312
Malaysia	-0,63350	1,22562
Netherlands	1,13566	-0,15997
Norway	1,18214	-0,69114
Pakistan	-2,72534	0,14284
Philippines	-1,34433	0,28861
Poland	-0,14181	0,09862
Russian Federation	-0,97714	-0,54080
Switzerland	1,24201	0,38126
Thailand	-0,96307	-0,03430
Turkey	-0,63612	-2,24091
United Arab Emirates	0,34689	0,12227
United Kingdom	0,75582	1,30427
United States	0,64225	2,54339

Рис. 3.6. Фрагмент таблиці факторних ваг

Країні з більшою факторною вагою притаманний більший рівень прояву властивостей виділеного фактора. Додатні факторні ваги відповідають об’єктам, які мають рівень прояву властивостей фактора більше середнього, а від’ємні нижче середнього.

З метою встановлення найбільш значущого фактора проведено аналіз власних значень факторів (Рис. 3.7).

Value	Eigenvalue	% Total variance	Cumulative Eigenvalue	Cumulative %
1	13,44299	42,00934	13,44299	42,00934
2	5,08397	15,88742	18,52696	57,89675

Рис. 3.7. Власні значення виділених факторів

Перший фактор, виділений у процесі дослідження, пояснює 42% дисперсії, а другий 16%. Разом вони описують 57% дисперсії, тобто більше половини масиву даних. Це означає, що факторизація неповне, існують ще

інші, не виділені для дослідження, фактори, менш значущі, але також достатньо важливі.

Для проведення якісного факторного аналізу потрібно встановити, скільки факторів потрібно виділити для максимально повного опису початкового масиву даних. У той же час ці фактори повинні мати достатню значущість. З цією метою застосовано Критерій кам'янистого насипу (Scree plot), результати якого підтвердили, що для наших досліджень 2 оптимальна кількість виділених факторів (Рис. 3.7).

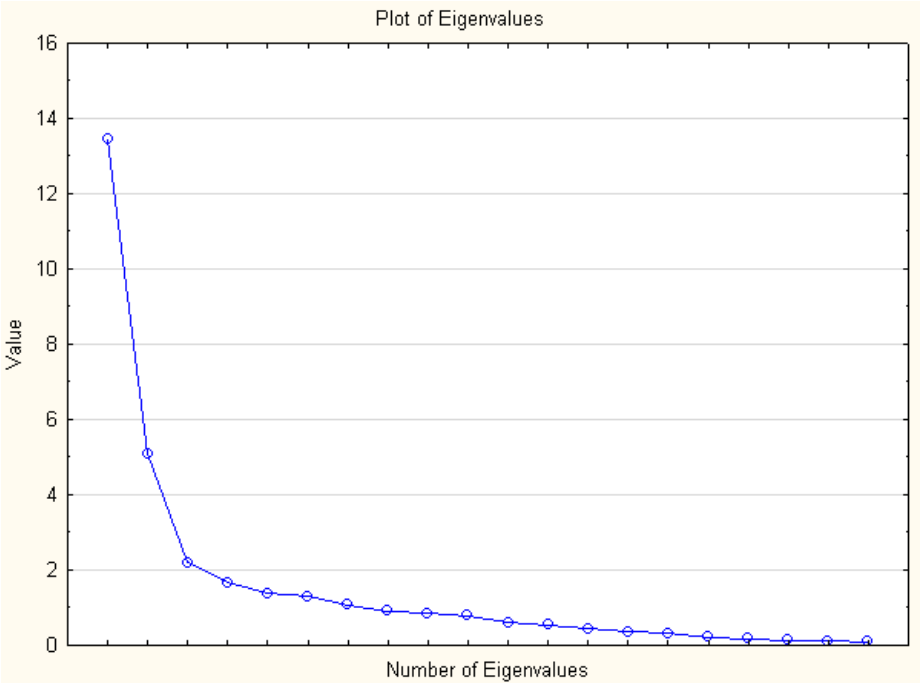


Рис. 3.7. Графік власних значень

Фактори, виділені методом головних компонент (рівень соціалізації суспільства та просування соціального підприємництва), підтвердили результати кластеризації країн за рівнем сталого розвитку.

Визначальним показником сталого розвитку країн на сьогодні вважають Індекс людського розвитку. Залежно від значення цього індикатора всі країни світу розділяють на чотири групи: країни з найвищим, високим, середнім та низький рівнем розвитку.

Для перевірки застосовності такої класифікації для визначення рівня сталого розвитку країн у контексті соціально-гуманітарного розвитку

підприємств проведено дискримінантний аналіз за всіма виділеними для дослідження змінними [17].

Побудована класифікаційна матриця (Рис. 3.8) свідчить, що розподіл країн на групи за значенням ІЛР достатньо точно відображає рівень сталого розвитку країн у розрізі соціально-гуманітарного розвитку підприємництва (відсоток коректно класифікованих об'єктів у всіх групах рівний 100). Отримані результати дають можливість зробити висновок, високі соціальні стандарти у країні мотивують соціалізацію бізнесу. У більшості країна з низьким рівнем ІЛР (low) соціальне підприємництво ще не набуло поширення, тому на даний час дослідження показників соціально-гуманітарного розвитку підприємств для цієї групи країн не проводяться.

Group	Percent Correct	very high p=,69444	high p=,19444	medium p=,11111
very high	100,0000	25	0	0
high	100,0000	0	7	0
medium	100,0000	0	0	4
Total	100,0000	25	7	4

Рис. 3.8. Класифікаційна матриця

За результатами проведеного аналізу дискримінантних функцій отримано економетричну модель систему рівнянь, які є лінійними комбінаціями початкових ознак, що оптимально розділять аналізовані групи країн за рівнем соціально-гуманітарного розвитку підприємництва (Рис. 3.9):

$$\textbf{very high} = -2263{,}68 + 30{,}66 \cdot LE + 0{,}01 \cdot PPP + 50{,}74 \cdot EYS + 0{,}1 \cdot GDP + 3{,}77 \cdot SSE + 2{,}97 \cdot SPI + 38{,}48 \cdot ICT + 4{,}15 \cdot AI + 2{,}24 \cdot PSSE + 4{,}05 \cdot T + 3{,}45 \cdot PB + 214{,}63 \cdot GCI + 0{,}41 \cdot ASW + 2{,}41 \cdot REF + 5{,}03 \cdot RC + 0{,}81 \cdot ESB + 24{,}28 \cdot ETI,$$

$$\textbf{high} = -2037{,}84 + 29{,}9 \cdot LE + 50{,}54 \cdot EYS + 0{,}01 \cdot GDP + 4{,}64 \cdot SSE + 11{,}88 \cdot SPI + 51{,}69 \cdot ICT + 3{,}69 \cdot AI + 0{,}67 \cdot PSSE + 4{,}94 \cdot T + 6{,}59 \cdot PB + 279{,}83 \cdot GCI + 1{,}59 \cdot ASW + 4{,}58 \cdot REF + 5{,}95 \cdot RC + 1{,}6 \cdot ESB + 52{,}44 \cdot ETI,$$

$$\textbf{medium} = -1628{,}69 + 25{,}29 \cdot LE + 45{,}32 \cdot EYS + 0{,}01 \cdot GDP + 3{,}76 \cdot SSE + 7{,}5 \cdot SPI + 33{,}58 \cdot ICT + 3{,}4 \cdot AI + 1{,}14 \cdot PSSE + 3{,}91 \cdot T + 5{,}22 \cdot PB + 248{,}57 \cdot GCI + 1{,}42 \cdot ASW + 3{,}79 \cdot REF + 5{,}36 \cdot RC + 1{,}5 \cdot ESB + 39{,}49 \cdot ET.$$

де:

SPI Індекс соціального прогресу,

AI доступ до інвестицій для соціальних підприємців,

PSSE підтримка політики соціальних підприємців,

ASW можливість залучення кваліфікованих працівників,

ESB легкість продажу бізнесу,

ETI Індекс торгівлі.

Variable	**very high p=,69444**	high p=,19444	medium p=,11111
Life expectancy at birt	30,66	29,90	25,29
GDP per capita, PPP	0,01	0,00	0,00
Expected years of schooling	50,74	50,54	45,32
GDP per capita (current US$)	-0,01	-0,01	-0,01
Support social entrepreneurs	3,77	4,64	3,76
Social Progress Index	-2,97	-11,83	-7,50
ICT	38,48	51,69	33,58
Access to investment for social entrepreneurs	-4,15	-3,69	-3,40
Public support social entrepreneurs	2,24	0,67	1,14
Tolerance and Inclusion	4,05	4,94	3,91
Migrants	0,00	0,00	0,00
Promoting business	-3,45	-6,59	-5,22
Global Competentitiveness Index	214,63	279,83	248,57
Ability to attract skilled workers	0,41	1,95	1,42
Economic freedom	2,41	4,58	3,79
Corruption	-5,03	-5,95	-5,36
Ease of selling a business	0,81	1,60	1,50
Enabling Trade Index	24,28	52,44	39,49
Constant	-2263,68	-2037,84	-1628,69

Рис. 3.9. Таблиця коефіцієнтів класифікаційних функцій класів

Отримані результати дають підстави стверджувати, що сталий розвиток країн у значній мірі залежить від соціальних показників, зокрема освіти, тривалого та якісного життя, розвитку новітніх інформаційних технологій. З усіх виділених для дослідження показників економічного розвитку країн помітну вагу у дискримінант ній моделі має лише індекс торгівлі.

Щоб визначити внесок кожної дискримінантної функції в розподіл країн між групами за рівнем ІЛР (найвищий середній), побудовано діаграму розсіювання канонічних значень (Рис. 3.10).

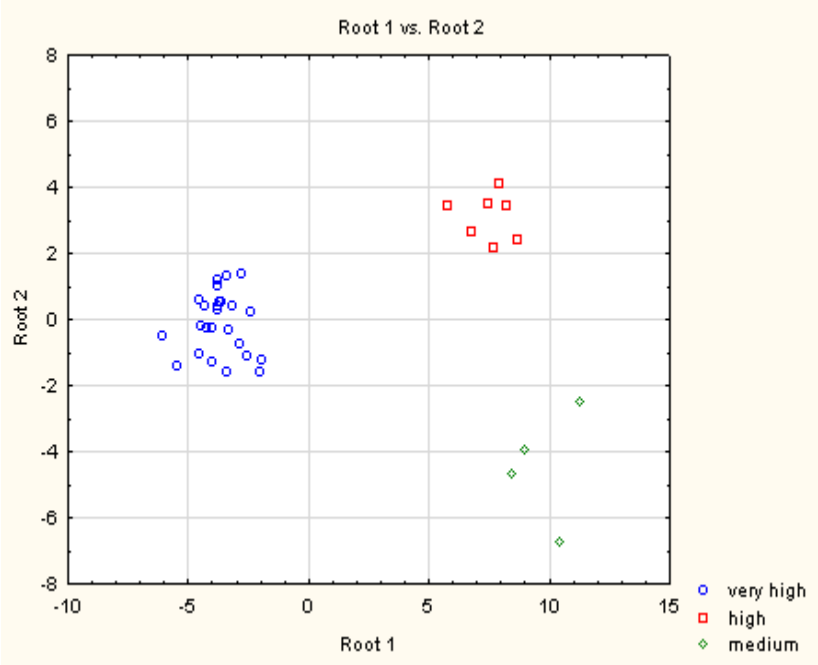


Рис. 3.10. Діаграма розсіювання канонічних значень

Діапазон розсіювання значень дискримінантної функції для групи країн з найвищим рівнем ІЛР є невеликим, що свідчить про незначні відмінності між країнами цієї групи за аналізованими показниками. Відстань між отриманими кластерами є значною. Отже, країни, віднесені до різних груп за значеннями ІЛР, суттєво відрізняються між собою як за рівнем соціально-економічного розвитку, так і за мірою просування соціального підприємництва.

Для аналізу залежностей між індикаторами гуманітарно-соціального розвитку підприємств (ліва множина) та основними показниками глобального сталого розвитку (права множина) застосовано канонічний аналіз (Рис. 3.11) [393].

Canonical Analysis Summary (data_duscr)
Canonical R: ,93209
Chi?(136)=179,41 p=,00760

N=38	Left Set	Right Set
No. of variables	8	17
Variance extracted	100,000%	67,0878%
Total redundancy	45,3399%	43,6282%
Variables: 1	Promoting business	HDI
2	Support social entrepreneurs	Life expectancy at birt
3	Access to investment for social entrepreneurs	Mean years of schooling
4	Ease of selling a business	GDP per capita, PPP
5	Ability to attract skilled workers	Corruption
6	Public support social entrepreneurs	Enabling Trade Index
7	Rating for social entrepreneurship	Transport infrastructure
8	Development of social entrepreneurship	ICT
9		Social Progress Index
10		Access to Basic Knowledge
11		Health and Wellness
12		Personal Freedom and Choice
13		Tolerance and Inclusion
14		Global Competentitiveness Index
15		Economic freedom
16		Population
17		Migrants

Рис. 3.11. Таблиця загальних підсумків канонічного аналізу

Статистична значущість отриманих результатів висока ($p < 0{,}01$), що дає підстави про адекватність проведеного аналізу. Отримане канонічне значення *R* достатньо велике (0,93). Воно відноситься до першого (найбільш значущого) канонічного кореня. Цю величину можна інтерпретувати як кореляцію між зваженими сумами змінних у першій та другій групах ознак.

Загальна частка дисперсії ознак першої групи (індикаторів соціального підприємництва), виділена за допомогою першої канонічної змінної, становить 100%. Загальна частка дисперсії ознак другої групи (показників сталого розвитку країн) канонічної другої змінної складає 67,1%.

Загальна втрата для змінних першої групи дорівнює 45,3%, для змінних другої групи 43,3%. Це означає, що 45,3% варіації змінних, в яких збережені значення показників рівня гуманітарно-соціального розвитку підприємств, визначаються змінами показників сталого розвитку. В той же час величини,

що є вимірниками сталого розвитку, детермінують 43,62% варіації досліджуваних індикаторів розвитку соціального підприємництва.

Отримані результати свідчать про достатньо високу точність побудованої канонічної моделі менше 33% дисперсії показників гуманітарно-соціального розвитку підприємств залежать від інших, не врахованих у моделі, факторів.

Виділені характеристичні корені (рис 3.12):

Root	**Root 1**	Root 2	Root 3	Root 4	Root 5	Root 6	Root 7	Root 8
Value	0,868792	0,787199	0,773456	0,604839	0,555520	0,307696	0,175120	0,106384

Рис. 3.12. Таблиця характеристичних коренів

Для перевірки значущості всіх канонічних коренів обчислено статистики χ-квадрат (Chi square tests) рис. 3.13:

Root Removed	Canonicl R	Canonicl R-sqr.	Chi-sqr.	df	**p**	Lambda Prime
0	0,932090	0,868792	179,4055	136	0,007597	0,000567
1	0,887242	0,787199	130,6621	112	0,110262	0,004321
2	0,879464	0,773456	93,5246	90	0,378918	0,020306
3	0,777714	0,604839	57,8890	70	0,848793	0,089632
4	0,745332	0,555520	35,6058	52	0,959789	0,226825
5	0,554703	0,307696	16,1454	36	0,998240	0,510315
6	0,418474	0,175120	7,3199	22	0,998552	0,737126
7	0,326166	0,106384	2,6995	10	0,987635	0,893616

Рис. 3.13. Таблиця результатів перевірки значущості канонічних коренів

Перший канонічний коефіцієнт кореляції r_1 = 0,932090 значущий (p < 0,01). Щоб надати йому смислову інтерпретацію, дослідимо, як він корелює зі змінними обох початкових множин. Такі кореляції називають навантаженнями канонічних факторів або структурними коефіцієнтами (Рис. 3.14, Рис. 3.15).

Variable	**Root 1**	Root 2	Root 3	Root 4	Root 5	Root 6	Root 7	Root 8
Promoting business	-0,504539	-0,236643	0,377724	-0,294604	-0,480320	0,103229	0,313748	0,346659
Support social entrepreneurs	-0,343477	-0,118347	-0,123563	-0,219034	-0,466666	-0,164193	0,357383	0,657506
Access to investment for social entrepreneurs	-0,328176	-0,230796	-0,106489	-0,431720	0,014265	0,627876	0,266937	0,419075
Ease of selling a business	-0,003811	-0,082134	0,136781	0,053598	-0,041191	0,319683	0,898465	0,246017
Ability to attract skilled workers	0,179039	-0,650468	0,082449	-0,575789	-0,310472	0,181562	0,277125	-0,018701
Public support social entrepreneurs	0,416539	0,276255	0,025477	-0,571176	-0,383490	0,250313	0,319697	0,333705
Rating for social entrepreneurship	-0,351847	-0,127238	0,065820	-0,464016	-0,337751	0,225715	0,587669	0,360546
Development of social entrepreneurship	-0,138556	-0,133573	0,506203	-0,410816	0,280953	-0,467915	0,484345	0,074034

Рис. 3.14. Факторна структура лівої множини

Змінні Promoting businesses (сприятливі умови для розвитку соціального підприємництва) та Public support social entrepreneurs (підтримка політики соціальних підприємців) мають найбільше навантаження на перший канонічний фактор помірно корелюють з ним. Навантаження, що відповідає змінній Ease of selling a business (легкість продажу бізнесу), набагато менше за інші.

Змінні Economic freedom (Індекс економічної свободи), Global Competitiveness Index (Індекс глобальної конкурентоспроможності) та Transport infrastructure (доступність і якість транспортної інфраструктури) мають максимальні серед інших навантаження на перший канонічний фактор, тобто помірно корелюють з ним (Рис. 3.15).

Variable	**Root 1**	Root 2	Root 3	Root 4	Root 5	Root 6	Root 7	Root 8
HDI	-0,038911	-0,557429	-0,268711	-0,519432	-0,149902	0,031690	-0,097862	-0,153157
Life expectancy at birt	0,048386	-0,512830	-0,182291	-0,484027	-0,192418	-0,005610	-0,143534	-0,042961
Mean years of schooling	-0,236393	-0,417427	-0,279888	-0,536245	-0,274888	0,122455	-0,064524	-0,139379
GDP per capita, PPP	-0,148436	-0,666380	-0,162421	-0,442577	-0,045269	0,029356	-0,173132	-0,147051
Corruption	-0,291887	-0,624432	0,040860	-0,507355	-0,161610	0,140971	-0,159192	-0,295727
Enabling Trade Index	-0,373071	-0,584106	0,005207	-0,390844	-0,319029	0,063743	-0,117716	-0,325308
Transport infrastructure	-0,409136	-0,362710	0,026687	-0,146652	-0,235914	0,269901	0,129816	-0,350538
ICT	-0,154664	-0,513488	-0,232662	-0,422248	-0,261950	0,199701	-0,028246	-0,136947
Social Progress Index	-0,101010	-0,645671	-0,157799	-0,459691	-0,139132	0,150512	-0,081201	-0,282050
Access to Basic Knowledge	0,017166	-0,297469	-0,428712	-0,310682	-0,080480	-0,000206	-0,110628	-0,031607
Health and Wellness	0,188111	-0,360116	0,224275	-0,283033	-0,167708	0,129473	-0,251837	-0,000446
Personal Freedom and Choice	-0,251806	-0,618484	0,094054	-0,427641	-0,100605	0,151892	-0,062591	-0,217295
Tolerance and Inclusion	0,090171	-0,584057	-0,072359	-0,443977	0,072315	0,290302	-0,071966	-0,273093
Global Competentitiveness Index	-0,476781	-0,561228	0,045595	-0,362601	-0,233486	0,210550	-0,121870	0,008410
Economic freedom	-0,496622	-0,467183	0,047851	-0,568833	-0,015199	0,148546	-0,043237	-0,144311
Population	-0,271471	0,212555	0,346647	0,290526	0,010253	-0,145992	-0,197169	0,293552
Migrants	-0,078495	-0,458512	-0,020461	-0,259297	0,053574	0,115814	0,484310	0,050731

Рис. 3.15. Факторна структура правої множини

Отже, можна зробити висновок, що значна кореляція між змінними у двох множинах (на підставі відомостей про перший корінь), ймовірно, є наслідком залежності між умовами, створеними для розвитку соціального підприємництва, рівнем економічної свободи, конкурентоспроможністю та розвитком інфраструктури. Отримані результати пояснює і загальна кореляційна матриця початкових змінних (Рис. 3.16).

Variable	Correlations, left set with right set (data_duscr) ICT	Social Progress Index	Access to Basic Knowledge	Health and Wellness	Personal Freedom and Choice	Tolerance and Inclusion	Global Competentitiveness Index	Economic freedom
Promoting business	0,286022	0,251846	-0,006148	0,160834	0,389426	0,108316	0,520872	0,469818
Support social entrepreneurs	0,239975	0,157643	0,129939	0,010212	0,173382	-0,004971	0,313997	0,254091
Access to investment for social entrepreneurs	0,360913	0,335554	0,182520	0,105344	0,353586	0,304369	0,436626	0,461104
Ease of selling a business	0,014226	-0,012934	-0,084602	-0,025859	0,028507	0,015318	0,032321	0,016826
Ability to attract skilled workers	0,521036	0,589840	0,288544	0,404873	0,545882	0,551509	0,471061	0,459282
Public support social entrepreneurs	0,080363	0,022294	0,066890	0,147693	-0,039466	0,067738	-0,079996	-0,050091
Rating for social entrepreneurship	0,315495	0,263504	0,104563	0,090527	0,315568	0,160722	0,409368	0,418476
Development of social entrepreneurship	-0,003561	0,074715	-0,098543	0,088879	0,205894	0,085821	0,136195	0,268561

Рис. 3.16. Фрагмент кореляційної матриці

Кожен канонічний корінь є двома зваженими сумами, що відповідають двом наборам даних. Чим більша за абсолютним значенням канонічна вага фактора, тим більший внесок відповідної змінної в значення канонічної змінної (Рис. 3.17). Розгляд канонічних ваг дає можливість дослідити, як конкретні змінні в кожній множині впливають на зважену суму (канонічну змінну).

Variable	**Root 1**	Root 2	Root 3	Root 4	Root 5	Root 6	Root 7	Root 8
Promoting business	-0,01584	-0,19219	2,05275	0,63940	-0,648111	0,608193	-0,801545	0,68346
Support social entrepreneurs	0,40665	-0,65176	-0,59626	0,40747	0,017134	-0,808786	-0,117295	1,51365
Access to investment for social entrepreneurs	0,08603	-0,44654	0,28441	-0,16620	1,150990	0,773305	-0,660923	1,33192
Ease of selling a business	0,61812	-0,36816	0,43972	1,04029	0,120081	0,357082	0,700077	0,47969
Ability to attract skilled workers	0,56725	-1,16072	-0,20740	-0,14297	-0,276773	-0,110181	0,028219	-0,23849
Public support social entrepreneurs	0,85954	0,63167	0,62061	-0,34386	-0,178538	0,239735	-0,284794	0,65274
Rating for social entrepreneurship	-2,03289	1,50883	-2,21078	-1,46875	-0,854103	-0,370901	1,529447	-3,22528
Development of social entrepreneurship	0,09084	-0,04907	0,52923	-0,46214	0,862604	-0,530952	0,052136	0,43543

Variable	**Root 1**	Root 2	Root 3	Root 4	Root 5	Root 6	Root 7	Root 8
HDI	-1,77959	1,99392	2,68451	-1,27396	3,11482	-3,57690	2,32403	-1,07394
Life expectancy at birt	0,58173	-0,56572	-1,54032	-1,19200	-1,62199	0,70127	0,51660	1,76534
Mean years of schooling	0,32752	0,46295	-0,72434	-1,05850	-1,84941	0,81117	-0,58095	0,24401
GDP per capita, PPP	0,80780	-1,21992	-0,94543	0,60593	-0,03686	-0,18423	-1,13591	-0,02907
Corruption	1,20974	0,60740	1,20926	-0,53135	0,22273	1,67629	-2,97563	-1,62767
Enabling Trade Index	0,61063	0,15968	0,99534	-0,87255	-2,39834	-2,20479	0,28114	-0,50560
Transport infrastructure	-0,23474	0,53576	-0,17694	-0,11249	0,36287	0,97470	0,56256	-0,87351
ICT	1,04485	0,59116	0,00402	-0,01381	-1,31234	0,61092	0,16783	0,08726
Social Progress Index	-2,96000	-3,63314	-2,98224	5,98031	2,26115	0,42598	-0,56701	-0,39066
Access to Basic Knowledge	0,81048	0,26028	-0,38948	-0,31928	0,09899	0,55344	-1,10948	-0,27394
Health and Wellness	0,96861	0,33548	1,28123	-0,26258	-0,32119	0,29526	-0,50391	-0,34300
Personal Freedom and Choice	0,45970	-0,16639	0,69190	-0,89234	-0,47838	-1,63895	2,56039	0,39181
Tolerance and Inclusion	0,80004	0,68085	0,35689	-1,60614	-0,07766	1,36400	-0,56304	0,29170
Global Competentitiveness Index	-1,47114	-1,03277	-0,49375	1,30226	0,36111	1,41411	-0,23064	2,10861
Economic freedom	-1,05173	1,01923	-0,03693	-1,17891	1,41513	-0,29052	0,47822	-0,09527
Population	-0,42138	-0,06426	0,30818	0,27873	0,36663	-0,40430	-0,63389	0,01345
Migrants	0,55032	-0,50047	0,55616	-0,11736	-0,26661	-0,17570	0,51658	0,22475

Рис. 3.17. Таблиці канонічних ваг

За допомогою лінійних комбінацій початкових змінних та відповідних канонічних ваг можна обчислити значення канонічних змінних.

Перший канонічний коефіцієнт кореляції $r_1 = 0{,}93$ значущий. Відповідні йому канонічні змінні є значущими:

$$Z_1 = 0{,}016 \cdot PB + 0{,}4 \cdot SSE + 0{,}08 \cdot AI + 0{,}6 \cdot ESB + 0{,}57 \cdot ASW + 0{,}86 \cdot PSSE + 2{,}03 \cdot RSE + 0{,}09 \cdot DSE, \quad (3.3)$$

$$Z_2 = 1{,}78 \cdot HDI + 0{,}58 \cdot LE + 0{,}33 \cdot MYS + 0{,}8 \cdot PPP + 0{,}2 \cdot RC + 0{,}6 \cdot ETI + 0{,}23 \cdot TI + 1{,}04 \cdot ICT + 2{,}96 \cdot SPI + 0{,}8 \cdot ABK + 0{,}97 \cdot HW + 0{,}46 \cdot PFC + 0{,}8 \cdot T + 1{,}47 \cdot GCI + 1{,}05 \cdot REF + 0{,}42 \cdot POP + 0{,}55 \cdot M. \quad (3.4)$$

Примітка. В аналітичному записі канонічних функцій використано умовні позначення, визначені у факторній та дискримінантній моделях, та введено додаткові: TI доступність і якість транспортної інфраструктури, DSE розвиток соціального підприємництва, HW охорона здоров'я, POP населення, M міграція.

Z_1 та Z_2 латентні показними, якісне тлумачення яким надають аналогічно до пояснень головних компонент або загальних факторів.

Для графічного відображення канонічних значень побудуємо діаграму розсіювання (Рис. 3.18).

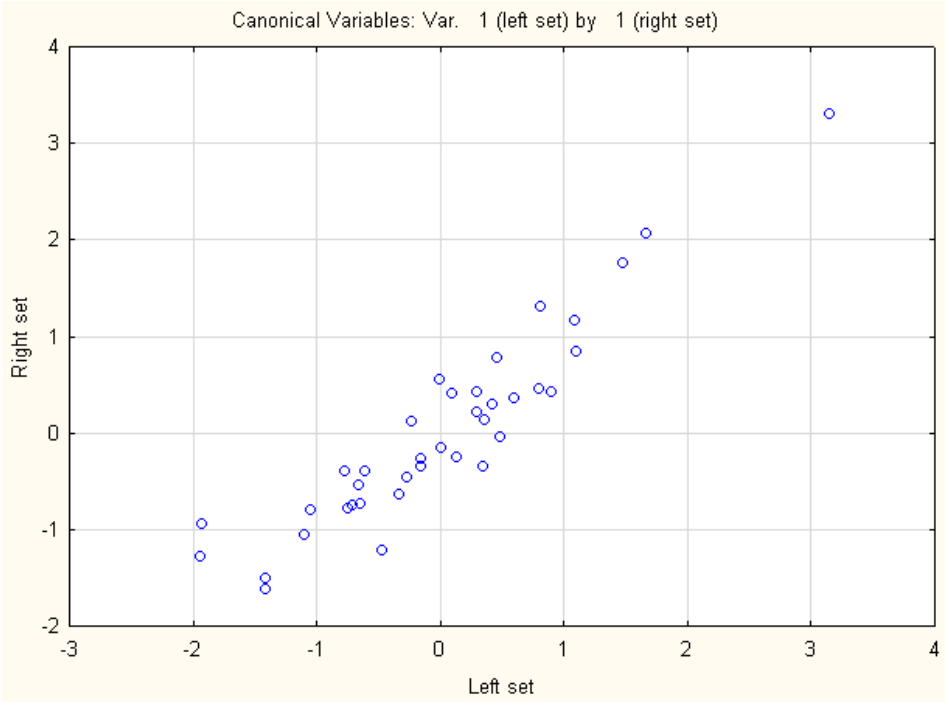


Рис. 3.18. Діаграма розсіювання канонічних змінних

На отриманому графіку немає різко виражених викидів. Крім того, відхилення від регресійної лінії не утворюють будь-яких характерних обрисів, зокрема Uабо S-подібних. Тому можна зробити висновок, що ніяких помітних порушень основних припущень канонічного аналізу не спостерігається.

Дані, отримані в результаті проведених кластерного, факторного, дискримінантного та канонічного аналізів, свідчать про існування реального взаємозв'язку між основними показниками глобального сталого розвитку та індикаторами гуманітарно-соціального розвитку підприємств. Чим вищі соціальні стандарти, прийняти в конкретній країні, тим сприятливішими є умови для просування соціального підприємництва. І навпаки, гуманізація як бізнес-культура забезпечує вищий рівень соціалізації суспільства.

3.4. Економетричне оцінювання впливу соціально-гуманітарного розвитку підприємництва на економічний розвиток регіонів України.

Класичні теорії просторової економіки давно довели, що економічний розвиток регіонів будь-якої країни залежить від діяльності підприємств, що розміщені в кожному регіоні. Рівень розвитку підприємництва в регіонах України, нині, став критично важливим фактором їхнього економічного розвитку в умовах децентралізації державного управління, адже підприємництво формує податкову базу дохідної частини місцевих бюджетів та забезпечує певний рівень зайнятості в регіонах. В таких умовах зростає актуальність поширення передових практик вимірювання просторових економічних процесів для оцінювання тенденцій і регіональних особливостей економічних процесів, що стосуються підприємницької діяльності.

Зокрема, проблеми розвитку підприємництва в регіонах досліджувались у роботах: О. Амоші, Б. Буркинського, З. Варналія, Л. Воротіної, Л. Громяка, М. Долішнього, Ю. Клочка, О. Кузьміна, Л. Мельника, В. Гриньової, Л. Драгуна, В. Ткаченка, Р. Тяна, Б. Холода, М. Чумаченка; а також зарубіжних: І. Ансоффа, Г. Бірмана, Ю. Блеха, П. Друкера, Н. Ільїна, Я. Мелкумова, В. Шахназарова, та інших. Проблеми економетричного моделювання

регіональних економічних процесів досліджували: І. Благун, І. Вахович, В. Вітлінський, О. Ляшенко.

Ми поставили собі завдання запропонувати аналітичний інструментарій для оцінювання регіональних особливостей розвитку підприємництва, який базується на прогресивних економетричних методах та дає змогу ідентифікувати структурні особливості процесу розвитку підприємництва в регіонах України та чинники впливу на цей процес.

Кластерний аналіз з'явився запропонований К. Тріоном набув поширення у 60-х роках минулого століття. Кластерний аналіз це метод багатомірного економетричного та статистичного дослідження, що передбачає використання даних про вибіркові об'єкти та упорядкування їх в порівняно однорідні, схожі між собою групи (кластери) [519]. Сутність кластерного аналізу полягає у здійсненні класифікації об'єктів дослідження за допомогою обчислювальних процедур. На відміну від інших методів, цей метод дає можливість класифікувати об'єкти за кількома ознаками одночасно використовуючи певну міру близькості за всіма класифікаційними параметрами.

Кластерний аналіз дає змогу ідентифікувати приховані просторові структури. Основними завданнями кластерного аналізу є: розробка типології/класифікації досліджуваних об'єктів; дослідження та визначення прийнятних концептуальних схем групування об'єктів [519]. Ознаки класифікації вибираються з урахуванням теоретичних положень, покладених в основу класифікації та мети дослідження.

Ми використали на першому етапі аналізу дані Державної служби статистики України з 2000 по 2016 р. за регіонами України. Змінною групування була вибрана кількість підприємств в регіоні на 10 тис. населення наявного в регіоні. Мірою подібності регіонів вибрано Евклідову відстань.

На рис. 3.19 відображено значення середніх для кожного з чотирьох отриманих кластерів. У табл. 3.1 відображено групи регіонів України за густиною підприємств відносно населення.

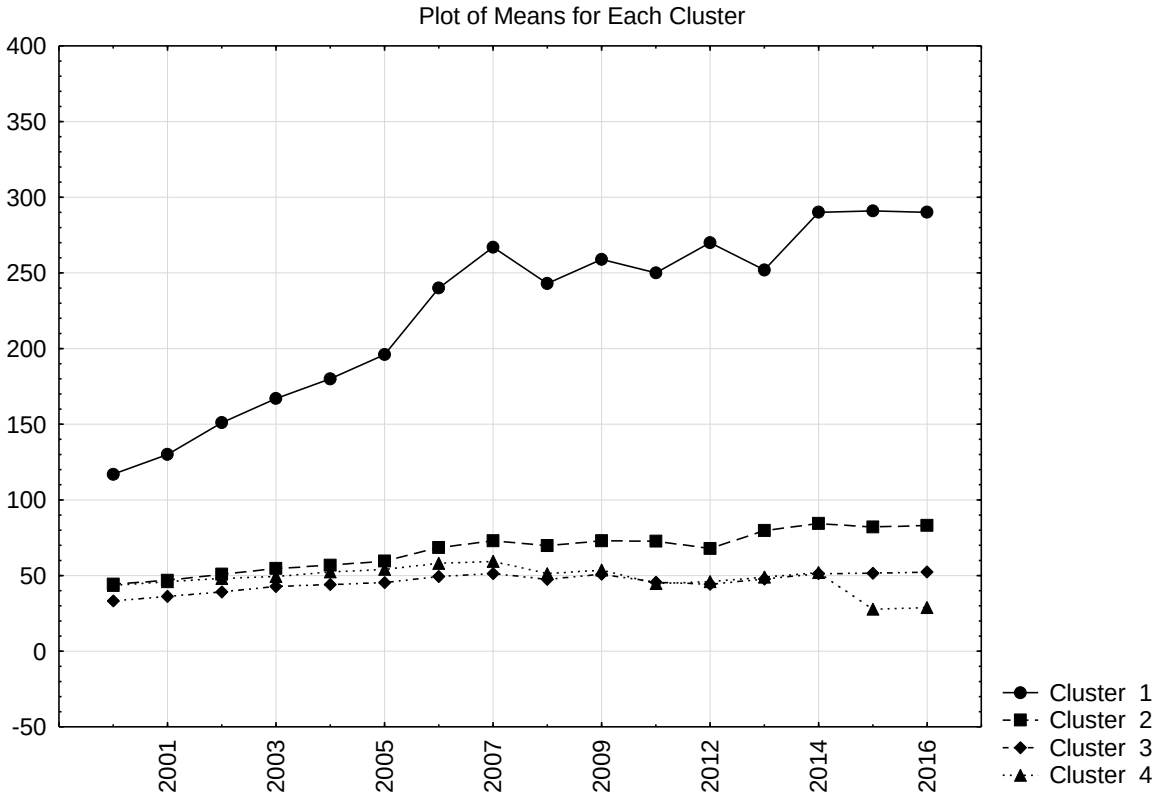


Рис. 3.19. Значення середніх в отриманих кластерах регіонів України за показниками кількості підприємств на 10 тис. наявного населення

Джерело: побудував автор за допомогою ПП Statistica

Як видно з вищенаведеного рисунку отримані групи регіонів, які в середині кластерів (груп) є подібними за значеннями показника групування. При цьому між собою усі чотири кластери різняться за середніми значеннями кількості підприємств на 10 тис. наявного населення.

Таблиця 3.1

Кластерна стуктура України за регіонами за показником кількості підприємств на 10 тис. наявного населення

Структура кластера (області)	**Відстань до центроїда**
Кластер 1(високий рівень)	
М. Київ	0
Кластер 2 (середній)	
Дніпропетровська	4,095

Запорізька	3,123
Київська	10,162
Кіровоградська	10,995
Львівська	8,293
Миколаївська	6,665
Одеська	11,432
Харківська	7,0105
Херсонська	10,909
Кластер 3 (нижче середнього)	
Вінницька	2,956
Волинська	1,585
Житомирська	2,411
Івано-Франківська	7,256
Полтавська	9,941
Рівненська	5,873
Сумська	3,426
Тернопільська	6,447
Хмельницька	1,866
Черкаська	4,821
Чернівецька	4,889
Чернігівська	3,624
Кластер 4 (низький)	
Донецька	5,642
Закарпатська	7,979
Луганська	8,760

Джерело: побудував автор за допомогою ПП Statistica

Як видно з рис. 3.19 та табл. 3.1 у кластерах 1 і 2 протягом досліджуваного періоду кількістьпідприємств на 10 тис. наявного населення

збільшувалась, у той час як у кластері 2 була незмінною а у кластері 3 суттєво знизилася.

На другому етапі аналізу використані дані Державної служби статистики України з 2000 по 2015 рр. за регіонами України. Змінною групування була вибрана кількість підприємств в регіоні (усього одиниць підприємств). Мірою подібності регіонів вибрано Евклідову відстань. На рис. 3.20 відображено значення середніх для кожного з чотирьох отриманих кластерів. У табл. 3.2 відображено групи регіонів України за густиною підприємств відносно населення.

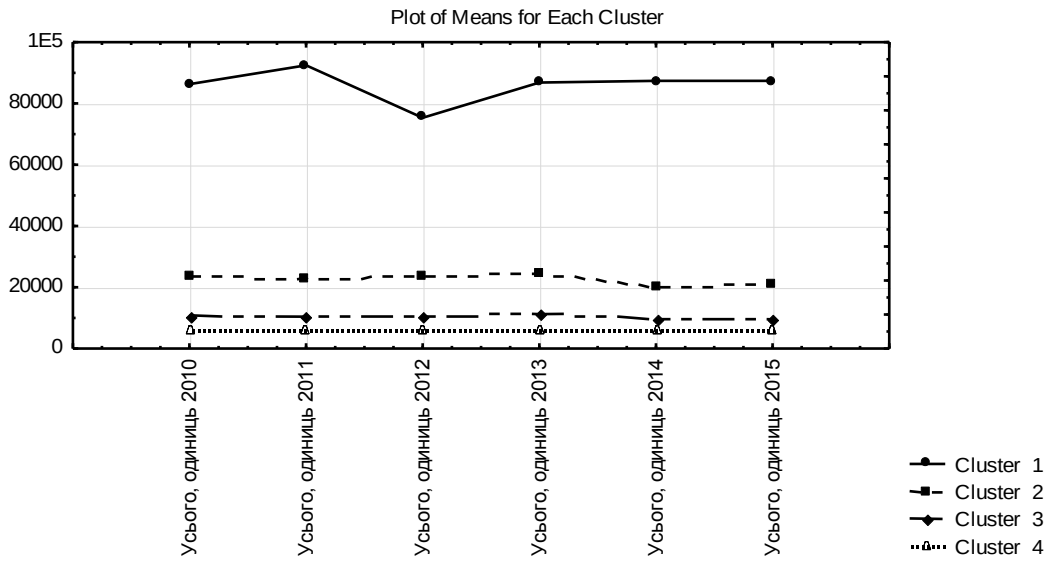


Рис. 3.20. Значення середніх в отриманих кластерах регіонів України за показниками загальної кількості підприємств

Джерело: побудував автор за допомогою ПП Statistica

За результатами кластерного аналізу отримано 4-ри різних групи регіонів України.

Як видно з рис. 1 і 2 абсолютна кількість підприємств у групах регіонів України залишалася протягом досліджуваного періоду майже незмінною, за виключенням м. Київ, де у 2011-2012 рр. спостерігалося зменшення загальної кількості підприємств.

Таблиця 3.2

Кластерна стуктура України за регіонами за абсолютним показником кількості підприємств

Структура кластера (області)	**Відстань до центроїда**
Кластер 1 (високий рівень)	
М. Київ	0
Кластер 2 (середній рівень)	
Дніпропетровська	4752,473
Донецька	6506,390
Київська	5647,212
Львівська	4588,110
Одеська	2181,668
Харківська	3008,452
Кластер 3 (нижче середнього)	
Вінницька	1903,500
Запорізька	4228,415
Луганська	3617,103
Миколаївська	1031,088
Полтавська	926,540
Кластер 4 (низький)	
Волинська	867,433
Житомирська	261,471
Закарпатська	321,461
Івано-Франківська	1629,182
Кіровоградська	1025,576
Рівненська	1100,614
Сумська	569,569
Тернопільська	1194,030
Херсонська	1487,494
Хмельницька	546,481
Черкаська	1505,110
Чернівецька	2045,021
Чернігівська	443,592

Джерело: побудував автор за допомогою ПП Statistica

Треба відзначити, що використання різних показників кластеризації приводить до різних результатів аналізу і дає змогу стверджувати, що підприємництво є сильно диференційованим за регіонами України і має складну негомогенну структуру, як економічний процес. Для вивчення цієї сруктури ми проводимо кластерний аналіз з використанням на кожному кроці таких змінних кластеризації, як: кількість великих, кількість середніх та кількість малих підприємств.

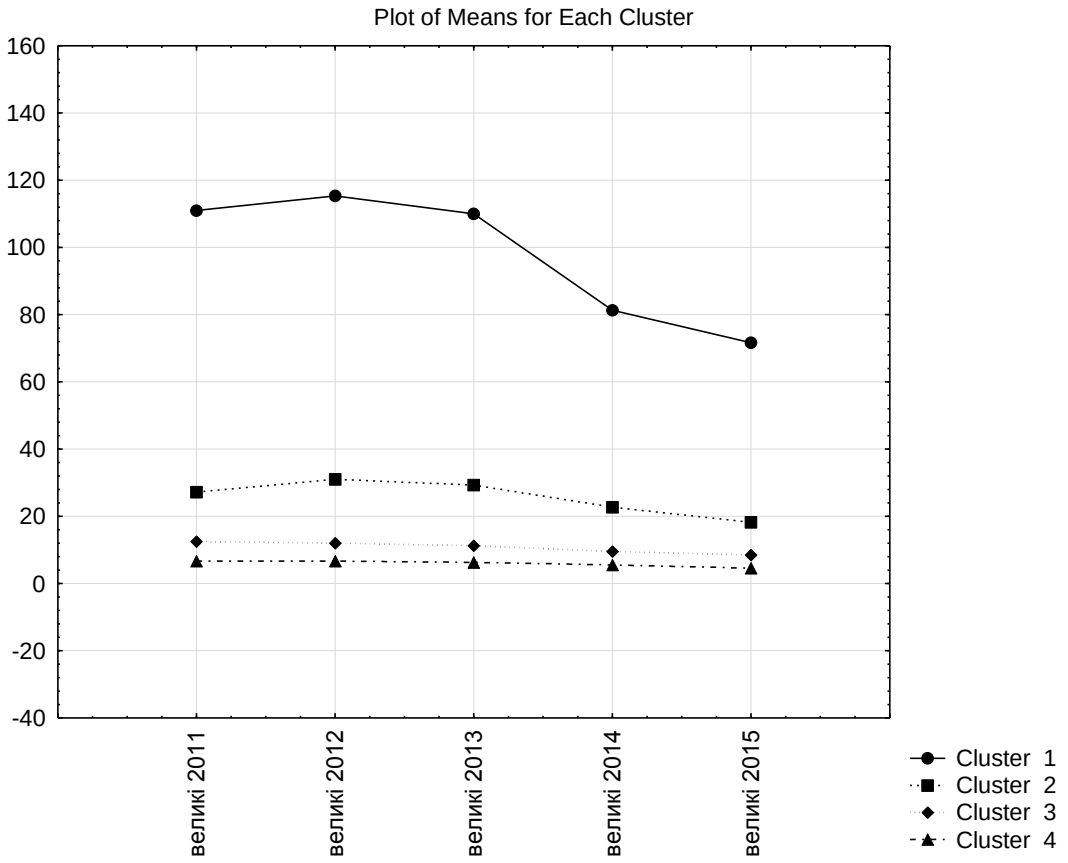


Рис. 3.21 Значення середніх в отриманих кластерах регіонів України за показниками загальної кількості великих підприємств

Джерело: побудував автор за допомогою ПП Statistica

Таблиця 3.3

Кластерна стуктура України за регіонами за абсолютним показником кількості великих підприємств

Структура кластера (області)	**Відстань до центроїда**

Кластер 1 (високий рівень)	
Дніпропетровська	31,39798
Донецька	17,59419
м.Київ	43,96526
Кластер 2 (середній рівень)	
Запорізька	4,03514
Київська	17,52064
Луганська	7,38541
Львівська	5,32929
Одеська	5,76289
Полтавська	4,24785
Харківська	4,36670
Кластер 3 (нижче середнього)	
Вінницька	2,104064
Волинська	1,357848
Миколаївська	1,661450
Черкаська	1,326807
Вінницька	2,104064
Кластер 4 (низький)	
Житомирська	1,191638
Закарпатська	1,009951
Івано-Франківська	1,737815
Кіровоградська	1,576917
Рівненська	1,523155
Сумська	1,534058
Тернопільська	1,689181
Херсонська	2,180214
Хмельницька	2,277426
Чернігівська	1,026320

Джерело: побудував автор за допомогою ПП Statistica

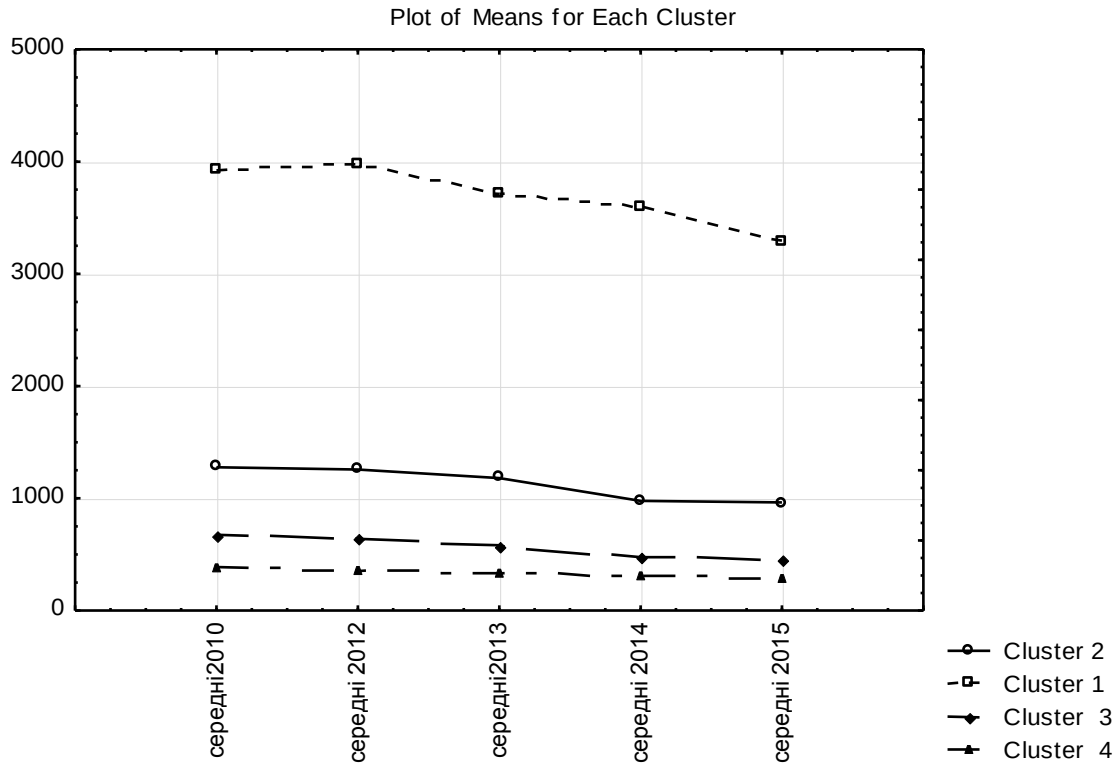


Рис. 3.22. Значення середніх в отриманих кластерах регіонів України за показниками загальної кількості середніх підприємств

Джерело: побудував автор за допомогою ПП Statistica

Таблиця 3.4

Кластерна стуктура України за регіонами за абсолютним показником кількості середніх підприємств

Структура кластера (області)	**Відстань до центроїда кластера**
Кластер 1 (високий рівень)	
м.Київ	0,00
Кластер 2 (середній рівень)	
Дніпропетровська	314,2381
Донецька	340,1577
Київська	162,0312
Львівська	245,3439
Одеська	182,7225

Харківська	74,5232
Кластер 3 (нижче середнього)	
Вінницька	40,5130
Запорізька	103,1166
Луганська	150,7838
Полтавська	52,6527
Черкаська	84,7945
Кластер 4 (низький)	
Волинська	16,0445
Житомирська	98,1990
Закарпатська	50,7797
Івано-Франківська	32,4426
Кіровоградська	36,6618
Миколаївська	36,8441
Рівненська	28,6211
Сумська	51,1128
Тернопільська	48,1804
Херсонська	25,8879
Хмельницька	61,5814
Чернівецька	150,4303
Чернігівська	61,3574
Волинська	16,0445

Джерело: побудував автор за допомогою ПП Statistica

Як видно за результатами аналізу м. Київ є беззаперечним лідером серед регіонів України за кількістю середніх підприємств, у той час, як 14 областей мають найнижчу кількість середніх підприємств, що підтверджує тезу про значні диспропорції економічного розвитку регіонів України.

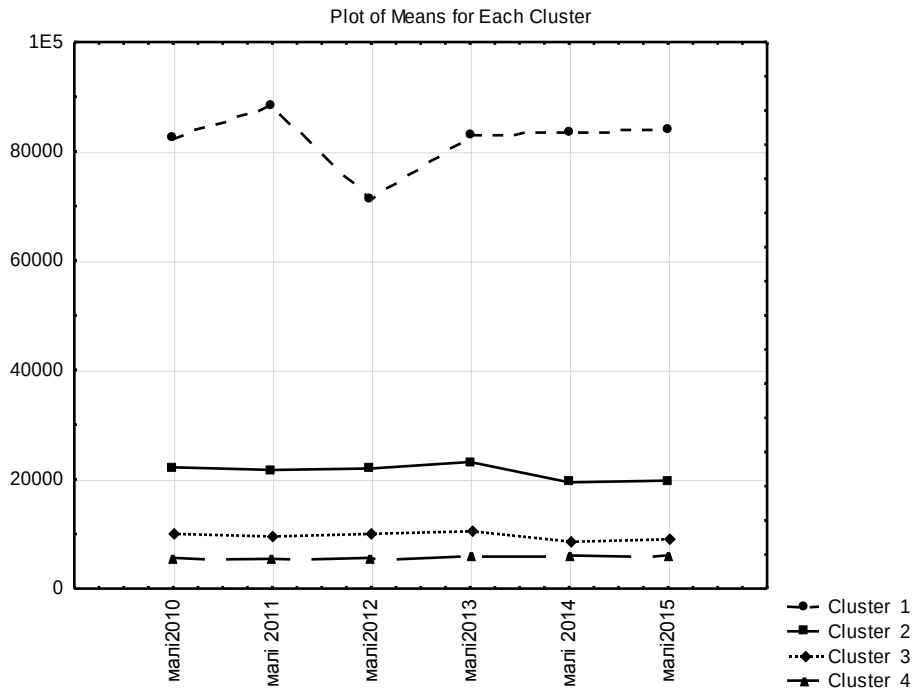


Рис. 3.23. Значення середніх в отриманих кластерах регіонів України за показниками загальної кількості середніх підприємств

Джерело: побудував автор за допомогою ПП Statistica

Таблиця 3.5

Кластерна стуктура України за регіонами за показником кількості малих підприємств

Структура кластера	**Відстань до центроїда кластера**
Кластер 1 (високий рівень)	
М. Київ	0
Кластер 2 (середній рівень)	
Дніпропетровська	4752,473
Донецька	6506,390
Київська	5647,212
Львівська	4588,110
Одеська	2181,668
Харківська	3008,452
Кластер 3 (нижче середнього)	

Вінницька	1903,500
Запорізька	4228,415
Луганська	3617,103
Миколаївська	1031,088
Полтавська	926,540
Кластер 4 (низький)	
Волинська	867,433
Житомирська	261,471
Закарпатська	321,461
Івано-Франківська	1629,182
Кіровоградська	1025,576
Рівненська	1100,614
Сумська	569,569
Тернопільська	1194,030
Херсонська	1487,494
Хмельницька	546,481
Черкаська	1505,110
Чернівецька	2045,021
Чернігівська	443,592

Джерело: побудував автор за допомогою ПП Statistica

Порівнюючи табл. 3.1-3.5 бачимо що кластерна структура регіонів України суттєво різниться між собою залежно від обраного показника класифікації. Розглядаючи отримані рівні кластерної структури регіонів України за показниками розвитку підприємництва, ми можемо стверджувати, що у той час, як більшість областей України при різних показниках кластеризації змінюють кластер (від кластеру з найвищим рівнем показника і до кластеру з найнижчим), є деякі області які при використанні будь-якого показника кластеризації знаходяться завжди у кластері з найнижчим його значенням. Зокрема, це такі області України, як: Житомирська, Закарпатська, Івано-Франківська, Кіровоградська, Рівненська, Сумська, Тернопільська, Херсонська та Чернігівська.

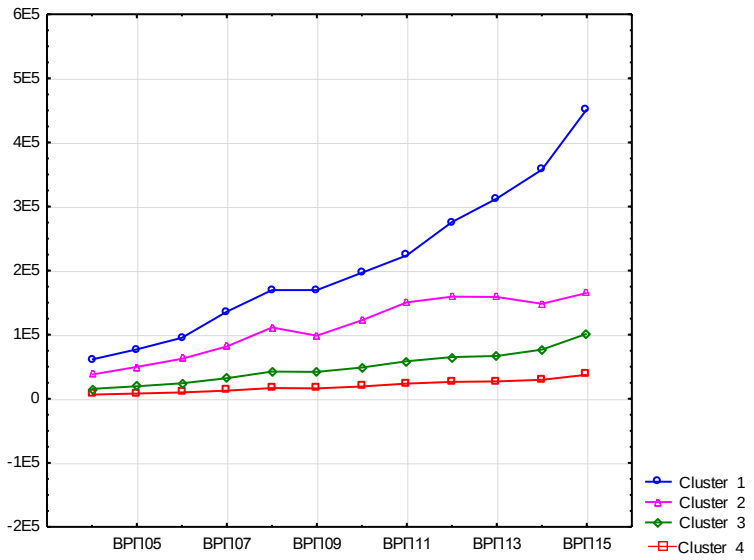


Рис. 3.24. Кластери регіонів за динамікою ВРП на одну особу

Таблиця 3.6

Кластерна структура України (без врахування АРК, м. Севастополь та деяких територій Донецької та Луганської областей) за динамікою ВРП протягом 2004-2015 рр

Кластер	Регіони (Області/міста)
1	м.Київ
2	Дніпропетровська, Донецька
3	Київська, Полтавська, Львівська, Запорізька, Одеська, Харківська
4	Чернівецька, Тернопільська, Волинська, Херсонська, Закарпатська, Кіровоградська, Рівненська, Житомирська, Чернігівська, Сумська, Хмельницька, Черкаська, Івано-Франківська, Миколаївська, Вінницька, Луганська

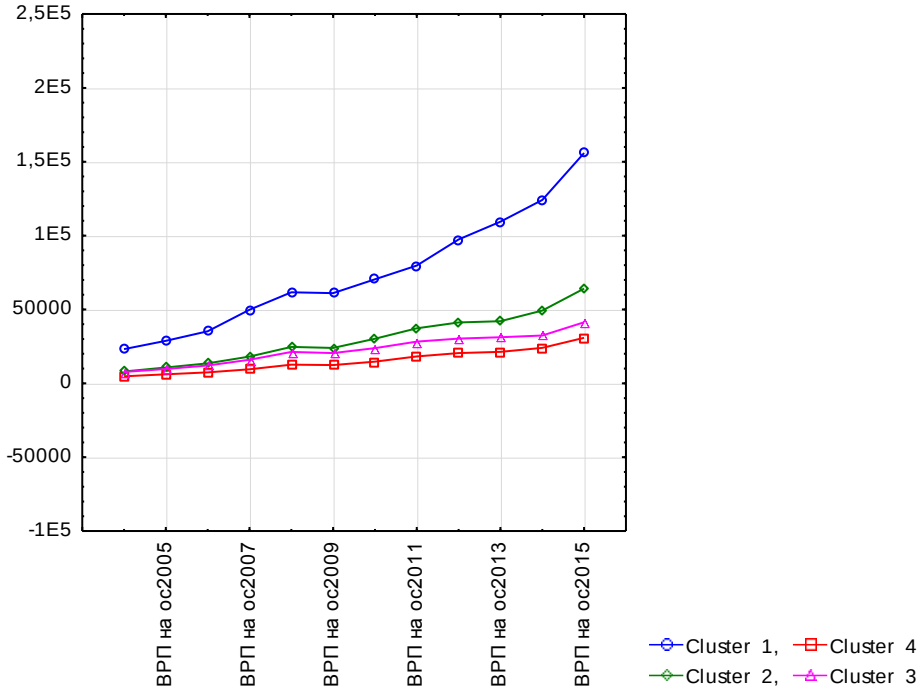


Рис. 3.25. Кластери регіонів за динамікою ВРП на одну особу

Таблиця 3.7

Кластерна стуктура України за регіонами за динамікою ВРП на одну особу

Структура кластера	**Відстань до центроїда кластера**
Кластер 1 (високий рівень)	
М. Київ	0
Кластер 2 (середній рівень)	
Дніпропетровська	3681,986
Київська	2877,585
Полтавська	1649,822
Кластер 3 (нижче середнього)	
Донецька	6547,443
Запорізька	3189,027
Миколаївська	3501,203
Одеська	1729,015
Харківська	1614,167
Кластер 4 (низький)	
Вінницька	2123,938
Волинська	771,4216
Житомирська	786,1606
Закарпатська	3490,061
Івано-Франківська	1698,812
Кіровоградська	3237,747
Луганська3	7597,617

Львівська	3016,513
Рівненська	1018,498
Сумська	2283,596
Тернопільська	3239,358
Херсонська	1326,605
Хмельницька	716,5815
Черкаська	4159,058
Чернівецька	5049,836
Чернігівська	1665,456

Джерело: побудував автор за допомогою ПП Statistica

Тому для вивчення взаємозв'язку соціально-гуманітарного розвитку підприємництва та розвитку регіонів України використано факторний аналіз для об'єднання великої кількості ознак (58), які характеризують регіональний розвиток України та підприємництво, у меншу кількість штучно створених на їх основі чинників. Отримана у результаті система факторів має описувати аналізовані дані не гірше, ніж початкова. Окрім того, це найзручніший апарат з точки зору змістовної інтерпретації отриманих результатів.

Проведено оцінювання навантажень кожної початкової змінної, яке відображає міру її внеску у виділений фактор (табл 3.8). Факторні навантаження можна інтерпретувати як кореляції між відповідними змінними та факторами.

Таблиця 3.8.

Значимі факторні навантаження змінних аналізу

Позначення	***Змінна***	***F1***	***F2***
X1	Податки за виключенням субсидій на продукти	-0,8954	
X2	Валова додана вартість у фактичних цінах на одну ос., грн		
X3	Випуск у регіонах у ринкових цінах	-0,9518	
X4	Кількість малих підприємств на 10 тис. наявного населення		
X5	Кіль-ть великих підприємств	-0,8298	
X6	Кіль-ть середніх підприємств	-0,9698	
X7	Кіль-ть малих підприємств	-0,9549	
X8	Експорт інноваційної продукції		
X9	Загальний обсяг інноваційних витрат в регіоні		
X10	Кількість інноваційних підприємств що фінансують НДДКР		
X11	Кількість фахівців що проводять НДДКР	-0,7797	
X12	Кількість організацій що проводять НДДКР		
X13	Акціонерний капітал на одну особу	-0,8534	

X14	Експорт	-0,8076	
X15	Імпорт	-0,9006	
X16	Капітальні інсестиції	-0,8516	
X17	Кількість зайнятого населення (тис.)	-0,9713	
X18	Кількість безробітного населення (тис. ос.)		
X19	Седредня заробітна плата		
X20	Індекс людського розвитку		0,729640
X21	Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств ами, млн. грн	-0,9328	
X22	Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) великих підприємств млн.грн	-0,7951	
X23	Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) середніх підприємств млн.грн	-0,9450	
X24	Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) малих підприємств млн.грн	-0,9494	
X25	Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) мікро підприємствмлн.грн	-0,9593	
X26	Наявний дохід населення	-0,9627	
X27	Доходи населення	-0,9653	
X28	Наявний дохід з розрахунку на одну особу, грн		
X29	Економічно активне населення у віці 15-70	-0,9713	
X30	Зайняте населення у сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство	-0,1100	
X31	Зайняте населення у промисловості	-0,8949	
X32	Зайняте населення у будівництві	-0,8503	
X33	Зайняте населення у оптовій та роздрібній торгівлі; ремонті автотранспортних засобів і мотоциклів	-0,9561	
X34	Зайняте населення у транспорті, складському господарстві, поштовій та кур’єрській діяльності	-0,8898	
X35	Зайняте населення у тимчасовому розміщуванні й організації харчування	-0,8599	
X36	Зайняте наслення у інформаційній діяльності та телекомунікаціях	-0,9552	
X37	Зайняте населення у фінансовій та страховій діяльності	-0,9468	
X38	Зайняте наслення у операціях з нерухомим майном	-0,8367	
X39	Населення зайняте у професійній, науковій та технічній діяльності	-0,9255	
X40	Зайняте наслення у діяльнрсті у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	-0,9594	
X41	Населення зайняте у державному управлінні й оборон та обов’язковому соціальному страхуванні	-0,8970	
X42	Населення зайняте у освіті	-0,8969	
X43	Населення зайняте у охороні здоров’я та наданні соціальної допомоги	-0,9445	
X44	Населення зайняте у мистецтві, спорті, розвагах та відпочинку	-0,8682	
X45	Населення зайняте у інших видах економічної діяльності	-0,7706	
X46	Потреба роботодавців у працівниках (тис осіб)	-0,7920	
X47	Реальний наявний дохід населення		0,7831
X48	Витрати на персонал підприємств, млн.грн	-0,9271	
X49	Витрати на персонал великих підприємств млн.грн	-0,7223	

X50	Витрати на персонал середніх підприємств млн.грн	-0,9733	
X51	Витрати на персонал малих підприємств млн.грн	-0,9573	
X52	Витрати на персонал мікропідприємств млн.грн	-0,9679	

Застосування методу головних компонент дало можливість виділити два фактори, що впливають на регіональний розвиток в Україні: діяльність підприємств та соціально-гуманітарний розвиток регіонів.

$$F_1 = -0{,}89X_1-0{,}9518X_2-0{,}829\ X_3-0{,}9698\ X_4-0{,}9549\ X_5-0{,}779\ X_6 - 0{,}85X_7-0{,}8076\ X_8-0{,}9006\ X_9-0{,}8516\ X_{10}-0{,}971\ X_{11}-0{,}932\ X_{13}--0{,}795X_{14}-0{,}945X_{15}-0{,}9494X_{16}-0{,}9593\ X_{17}-0{,}9627-0{,}8949X_{21}-0{,}850\ X_{22}-0{,}956\ X_{23}-0{,}8898\ X_{24}-0{,}859\ X_{25}-0{,}95\ X_{26}-0{,}94\ X_{27}-0{,}8367X_{28}--0{,}925\ X_{29}-0{,}9594\ X_{30}-0{,}897X_{31}-0{,}8969X_{32}-0{,}9445\ X_{33}-0{,}868X_{34}-0{,}7706X_{35}--0{,}7920X_{36}-0{,}9271X_{37}--0{,}8\ X_{39}\ -0{,}7\ X_{39}-0{,}97X_{40}--0{,}89\ X_{41}-0{,}8969\ X_{42}--0{,}9445X_{43}-0{,}8682\ X_{44}-0{,}7706\ X_{45}-0{,}79\ X_{46}+0{,}957\ X_{48}-0{,}967\ X_{50} - 0{,}957\ X_{51}-0{,}9679\ X_{52} \quad (3.5)$$

$$F_2 = 0{,}729\ X_{20}+0{,}783\ X_{47} \quad (3.6)$$

Найбільші факторні ваги по I фактору у Дніпропетровської, Одеської та Сумської, Львівської, Харківської областей, по II Донецької, Дніпропетровської, Херсонської, Тернопільської та Харківської (табл. 3.9).

Таблиця 3.9

Таблиця факторних ваг за регіонами

Область	**F1**	**F2**
Вінницька	-0,555516	0,012655
Волинська	-0,666518	-0,432320
Дніпропетровська	0,942870	3,075246
Донецька	-0,340765	2,092165
Житомирська	-0,052251	-0,47800
Запорізька	-0,611021	0,549409
Івано-Франківська	-0,125511	-0,60528
Київська	0,467591	0,733631
Кіровоградська/Кропивницька	-0,805888	-0,48418
Львівська	2,000098	-0,53799
Миколаївська	-0,767360	-0,17428
Одеська	1,785320	-0,26692
Полтавська	-0,842659	0,48647

Рівненська	-0,196600	-0,54847
Сумська	-0,853060	-0,22707
Тернопільська	-0,274762	-0,82413
Харківська	2,420602	-0,97995
Херсонська	-0,471373	-0,62753
Черкаська	-0,433197	-0,334376
Чернігівська	-0,620002	-0,4290
Луганська	-22300	-0,4567
Закарпатська	-34556	-0,346

Перший фактор, виділений у процесі дослідження, пояснює 69% дисперсії, а другий 11% (табл.3.10). Разом вони описують 81% дисперсії, тобто майже весь масив даних. Це означає, що факторизація достатньо повна, хоча існують ще інші, не виділені для дослідження, фактори, але менш значущі.

Таблиця 3.10

Таблиця власних значень

	Eigenvalue	***% Total variance***	***Cumulative Eigenvalue***	***Cumulative %***
1	36,85743	69,54232	36,85743	69,54232
2	5,97881	11,28077	42,83624	80,82309
3	3,07105	5,79444	45,90729	86,61753

Для проведення якісного факторного аналізу потрібно встановити, скільки факторів потрібно виділити для максимально повного опису початкового масиву даних. У той же час ці фактори повинні мати достатню значущість. З цією метою застосовано Критерій кам’янистого насипу (Scree plot), результати показують, що для наших досліджень два фактори не найоптимальніша кількість оптимальна кількість виділених факторів має бути 5 (Рис. 3.26).

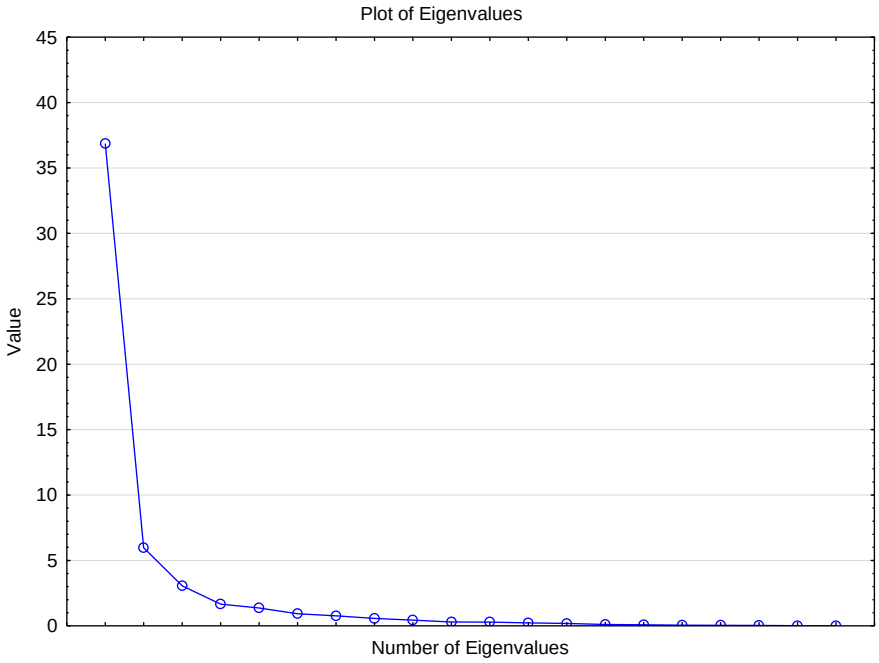


Рис.3.26. Критерій камянистого осипу для трифакторної моделі

Тому ми виконали Varimax нормалізацію факторної моделі (3.5)-(3.6) і отримали п'ятифакторну модель впливу підприємництва на регіональний розвиток (табл. 3.11).

Таблиця 3.11

Значимі факторні навантаження змінних п'ятифакторної моделі

Позначення	***Змінні***	***F1***	***F2***	***F3***	***F4***	***F5***
X1	Податки за виключенням субсидій на продукти	0,8166	0,879			
X2	Валова додана вартість у фактичних цінах на одну ос., грн			0,792		
X3	Випуск у регіонах у ринкових цінах		0,879			
X4	Кількість малих підприємств на 10 тис. наявного населення		0,815			
X5	Кіль-ть великих підприємств			0,758		
X6	Кіль-ть середніх підприємств		0,901			
X7	Кіль-ть малих підприємств	0,727				
X8	Експорт інноваційної продукції	0,823				
X9	Загальний обсяг інноваційних витрат в регіоні				0,83	
X10	Кількість інноваційних підприємств що фінансують НДДКР					0,57
X11	Кількість фахівців що проводять НДДКР	0,761				
X12	Кількість організацій що проводять НДДКР	0,748				

X13	Акціонерний капітал на одну особу	0,833				
X14	Експорт		0,76			
X15	Імпорт		0,92			
X16	Капітальні інсестиції		0,73			
X17	Кількість зайнятого населення (тис.)		0,64			
X18	Кількість безробітного населення (тис. ос.)	0,8097				
X19	Седеня заробітна плата		0,66			
X20	Індекс людського розвитку		0,80			
X21	Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств ами, млн. грн	0,55				
X22	Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) великих підприємств млн.грн		0,84			
X23	Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) середніх підприємств млн.грн		0,95			
X24	Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) малих підприємств млн.грн	0,71				
X25	Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) мікро підприємствмлн.грн	0,747				
X26	Наявний дохід населення	0,706				
X27	Доходи населення		0,715			
X28	Наявний дохід з розрахунку на одну особу, грн					
X29	Економічно активне населення у віці 15-70			0,753 359		
X30	Зайняте населення у сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство	0,7981				
X31	Зайняте населення у промисловості					0,79
X32	Зайняте населення у будівництві		0,789			
X33	Зайняте населення у оптовій та роздрібній торгівлі; ремонті автотранспортних засобів і мотоциклів	0,8743				
X34	Зайняте населення у транспорті, складському господарстві, поштовій та кур’єрській діяльності	0,7719				
X35	Зайняте населення у тимчасовому розміщуванні й організації харчування	0,7831				
X36	Зайняте наслення у інформаційній діяльності та телекомунікаціях	0,8613				
X37	Зайняте населення у фінансовій та страховій діяльності	0,865				
X38	Зайняте наслення у операціях з нерухомим майном	0,68				
X39	Населення зайняте у професійній, науковій та технічній діяльності	0,845				
X40	Зайняте наслення у діяльнрсті у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	0,81				

X41	Населення зайняте у державному управлінні й оборон та обов'язковому соціальному страхуванні	0,74				
X42	Населення зайняте у освіті	0,83				
X43	Населення зайняте у охороні здоров'я та наданні соціальної допомоги	0,91				
X44	Населення зайняте у мистецтві, спорті, розвагах та відпочинку	0,82				
X45	Населення зайняте у інших видах економічної діяльності	0,85				
X46	Потреба роботодавців у працівниках (тис осіб)	0,77				
X47	Реальний наявний дохід населення	0,734				
X48	Витрати на персонал підприємств, млн.грн			0,60		
X49	Витрати на персонал великих підприємств млн.грн		0,853			
X50	Витрати на персонал середніх підприємств млн.грн		0,949			
X51	Витрати на персонал малих підприємств млн.грн	0,7338				
X52	Витрати на персонал мікропідприємств млн.грн	0,8168				

$$F_1=0{,}8166X_1+0{,}727X_{7+}+0{,}823X_8+0{,}761X_{11}+0{,}748X_{12+}0{,}833X_{13}+ \quad (3.7)$$
$$+0{,}8097X_{18}+0{,}55X_{21}+0{,}71X_{24}+0{,}747X_{25}+0{,}706X_{26}+0{,}7981X_{30}+$$
$$+0{,}8743X_{33}+0{,}7719\ X_{34}+0{,}7831X_{35}+0{,}8613X_{36}+0{,}865\ X_{37}+$$
$$+0{,}68\ X_{38}+0{,}845\ X_{39}+0{,}81X_{40}+0{,}74X_{41}+0{,}83\ X_{42}+0{,}91\ X_{43}+$$
$$+0{,}82\ X_{44}+0{,}85X_{45}+0{,}77X_{46}+0{,}73X_{43}+0{,}7338X_{51}+0{,}8168X_{52}$$

$$F_2 = 0{,}879X_1+0{,}879X_3+0{,}815X_4+0{,}901X_6+0{,}76X_{14}+0{,}92X_{15}+0{,}73X_{16}+ \quad (3.8)$$
$$+0{,}64X_{17}+0{,}66X_{19}+0{,}8X_{20}+0{,}84X_{22}+0{,}95X_{23}+$$
$$+0{,}715X_{27}+0{,}789X_{32}+0{,}853X_{49}+0{,}949X_{50}$$

$$F_3 = 0{,}792\ X_2+0{,}758\ X_5+0{,}753\ X_{29}+0{,}6\ X_{48} \quad (3.9)$$

$$F_4= 0{,}83\ X_9 \quad (3.10)$$

$$F_5 = 0{,}57\ X_{10} + 0{,}79\ X_{31} \qquad (3.11)$$

Найбільші факторні ваги по I фактору у Дніпропетровської, Львівської, Одеської та Харківської областей, по II у Київської, Тернопільської та Харківської; по III фактору у Дніпропетровської, Запорізької, Київської, Львівської; по фактору IV у Дніпропетровської, Донецької, Запорізької, Одеської, Харківської і по фактору V у Дніпропетровської області (табл. 3.12). Початкові змінні по різному пов'язані з виділеними факторами.

Таблиця 3.12

Таблиця факторних ваг за регіонами

Області	**Factor 1**	**Factor 2**	**Factor 3**	**Factor 4**	**Factor 5**
Вінницька	-0,56	0,01	-0,10	-0,29	2,27
Волинська	-0,67	-0,43	-0,02	-0,26	-0,55
Дніпропетровська	0,94	3,08	0,95	-1,06	1,11
Донецька	-0,34	2,09	-3,10	1,30	-0,85
Житомирська	-0,05	-0,48	-0,71	-0,75	-0,72
Запорізька	-0,61	0,55	1,06	1,80	0,38
Івано-Франківська	-0,13	-0,61	-0,28	-0,53	0,61
Київська	0,47	0,73	1,71	-0,36	-2,97
Кіровоградська	-0,81	-0,48	0,39	0,07	-0,32
Львівська	2,00	-0,54	-0,81	-0,79	0,41
Миколаївська	-0,77	-0,17	0,75	0,21	0,76
Одеська	1,79	-0,27	0,00	-1,33	0,21
Полтавська	-0,84	0,49	1,15	0,23	0,06
Рівненська	-0,20	-0,55	-0,79	-0,51	-0,56
Сумська	-0,85	-0,23	0,11	0,80	0,51
Тернопільська	-0,27	-0,82	-0,59	-0,64	-0,14
Харківська	2,42	-0,98	0,39	2,79	0,18
Херсонська	-0,47	-0,63	-0,03	-0,29	-0,05
Черкаська	-0,43	-0,33	0,05	-0,36	0,13
Чернігівська	-0,62	-0,43	-0,11	-0,02	-0,48

Джерело: розрахував автор за допомогою ПП STATISTICA

Перший фактор, виділений у процесі дослідження, пояснює 69% дисперсії, другий, третій 6%, четвертий 3% і пятий 2% (табл.3.13). Разом вони описують 92 % дисперсії, тобто майже весь масив даних. Це означає, що факторизація повна.

Таблиця 3.13

Власні значення факторів

	Eigenvalue	% Total variance	Cumulative Eigenvalue	Cumulative %
1	36,85743	69,54232	36,85743	69,54232
2	5,97881	11,28077	42,83624	80,82309
3	3,07105	5,79444	45,90729	86,61753
4	1,66019	3,13244	47,56748	89,74997
5	1,37104	2,58686	48,93852	92,33683

Джерело: розрахував автор за допомогою ПП STATISTICA

Проведений ієрархічний аналіз навантаження змінних на фактори (табл. 3.14) дозволяє стверджувати, що структура зайнятості населення регіонів, доходи населення в регіонах і показники витрат на персонал малих і середніх підприємств в регіонах мають найбільше значення для виділеної факторної системи, що описує соціально-економічний розвиток. Це підтверджує думку про те, соціально-гуманітарний розвиток підприємництва і соціально-відповідальна поведінка підприємств є визначальними чинниками економічного розвитку регіонів.

Таблиця 3.14

Ієрархічний аналіз навантаження змінних на фактори

Позначення	***Змінні***	***Second1***	***Second2***	***Primary1***	***Primary2***	***Primary3***	***Primary4***	***Primary5***
X7	Кіль-ть малих підприємств	0,74						
X17	Кількість зайнятого населення (тис.)	0,70						
X18	Кількість безробітного населення (тис. ос.)		0,76					
X24	Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) малих підприємств млн.грн	0,778						
X25	Обсяг реалізованої продукції (товарів,	0,775						

	послуг) мікро підприємствмлн.грн							
X26	Наявний дохід населення		0,71					
X27	Доходи населення		0,70					
X28	Наявний дохід з розрахунку на одну особу, грн	0,75						
X30	Зайняте населення у сільському господарстві, лісовому господарстві та рибному господарстві							-0,71
X31	Зайняте населення у промисловості		0,75					
X33	Зайняте населення у оптовій та роздрібній торгівлі; ремонті автотранспортних засобів і мотоциклів	0,7						
X37	Зайняте населення у фінансовій та страховій діяльності	0,72						
X40	Зайняте наслення у діяльнрсті у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	0,72						
X42	Населення зайняте у освіті	0,72						
X43	Населення зайняте у охороні здоров'я та наданні соціальної допомоги	0,71						
X51	Витрати на персонал малих підприємств млн.грн	0,74						
X52	Витрати на персонал мікропідприємств млн.грн	0,75						

Джерело: розрахував автор за допомогою ПП STATISTICA

За результатами факторного аналізу отримано регресійну залежність випуску регіонів у ринкових цінах від показників, що кількісно характеризують розвиток підприємництва (3.15) з адекватними характеристиками рівняння табл.

Таблиця 3.15

Характеристики регресійного рівняння

Regression Summary for Dependent Variable: випуск у ринкових цінах (Spreadsheet168) R=0,9672 R^2=0,93, Adjusted R^2=0,9184 F(4,15)=54,491 p						
Змінна	Beta	St. Err. of Beta	B	St. Err. of B	t(15)	p-value
Вільний член			65211,39	35886	1,817	0,089
Кількість малих підприємств на 10 тис. наявного населення	-0,1939	0,110	-1128,71	644,5	-1,751	0,1003
Кіль-ть великих підприємств	0,574	0,138	4516,	1086	4,16	0,0008
Кіль-ть середніх підприємств	-0,0839	0,2902	-31,08	107,4	-0,289	0,7762
Кіль-ть малих підприємств	0,6645	0,2689	11,16	4,52	2,470	0,0259

Джерело: розрахував автор за допомогою ПП STATISTICA

*Випуск у ринкових цінах= 0,574*Кількість великих підприємств+0,6645*Кількість малих підприємств* (3.12)

Визначальним показником економічного розвитку регіонів в Україні на сьогодні вважають ВРП, а показником соціально-гуманітарного розвитку Індекс людського розвитку регіонів України. Залежно від значення цих індикаторів всі регіони України розділяють на три групи: високим, середнім та низький рівнем соціально-економічного розвитку. Але вітчизняні статистичні органи і науковці розглядають ці класифікаційні ознаки окремо, що приводить до множинності оцінок і певних практичних суперечностей і не дає змоги виявити закономірності і взаємозв’язки у середині груп.

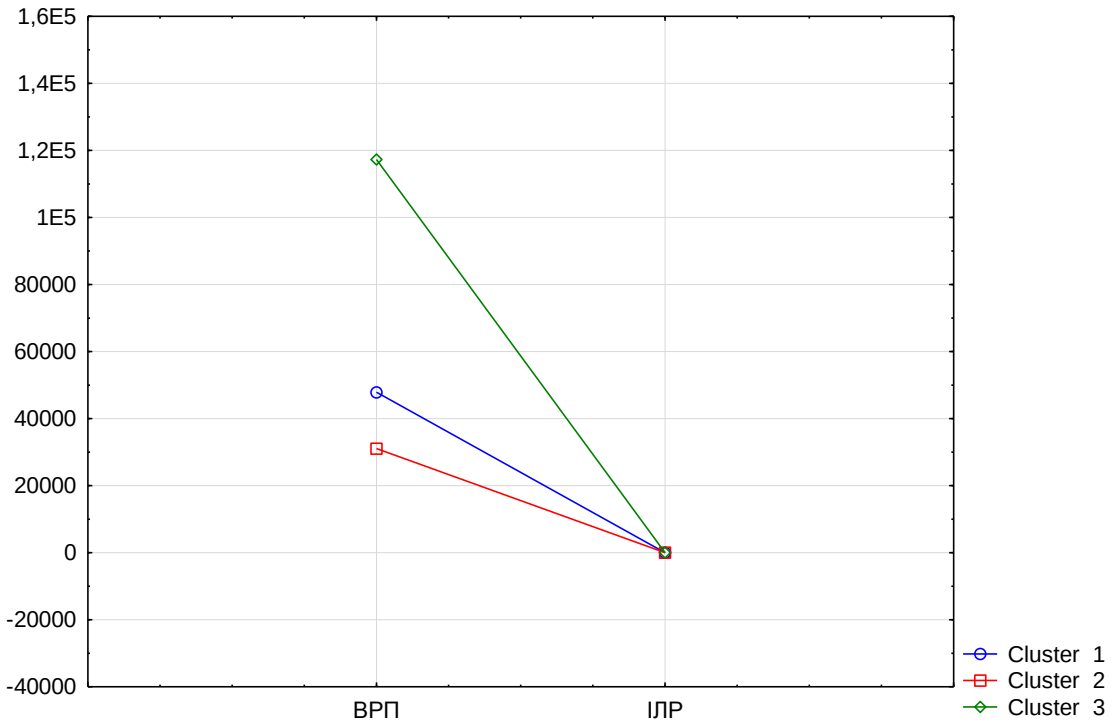


Рис. 3.26. Значення середніх для кластерів регіонів

Джерело: побудував автор за допомогою ПП STATISTICA

Ми пропонуємо класифікувати регіони України за цими двома ознаками методом k-середніх (рис. 3.26), і провести дискримінантний аналіз даної класифікації на предмет адекватності її застосовності

Таблиця 3.16

Кластери регіонів за рівнем ВРП та ІЛР

Кластер 3 (високий)
Області: Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Київська, Львівська, Одеська, Полтавська, Харківська
Кластер 1 (середній)
Області: Вінницька, Івано-Франківська, Миколаївська, Сумська, Хмельницька, Черкаська
Кластер 2 (низький)
Області: Волинська, Житомирська, Закарпатська, Кіровоградська, Луганська, Рівненська, Тернопільська, Херсонська, Чернівецька, Чернігівська

Джерело: розрахував автор за допомогою ПП STATISTICA

Для перевірки застосовності такої класифікації для визначення рівня соціально-економічного розвитку регіонів в Україні у контексті соціально-

гуманітарного розвитку підприємств проведено дискримінантний аналіз за всіма виділеними для дослідження змінними.

Основною метою дискримінантного аналізу є находження лінійних комбінацій змінних, які оптимально розділять групи, що аналізуються:

$$h_k = b_0 + \sum_{n=1}^{N} b_n Y_n$$

де

h_k значення функції класифікації для k-го класу (кластеру);

b_n дискримінантні коефіцієнти (дискримінантні ваги);

Y_nпредиктори.

Побудована класифікаційна матриця (табл. 3.17) свідчить, що розподіл регіонів на групи за значенням ВРП та ІЛР достатньо точно відображає рівень сталого розвитку регіонів у розрізі соціально-гуманітарного розвитку підприємництва (відсоток коректно класифікованих об’єктів у всіх групах/кластерах рівний 100).

Таблиця 3.17

Класифікаційна матриця

	Percent Correct	**Кластер 1:1 p=0,26087**	**Кластер _2:2 p=0,39130**	**Кластер 3:3 p=0,34783**
Кластер 1:1	100,0000	6	0	0
Кластер 2:2	100,0000	0	10	0
Кластер 3:3	100,0000	0	0	8
Total	100,0000	6	10	8

Джерело: розрахував автор за допомогою ПП STATISTICA

У відповідності із результатами факторного аналізу за умов того, що апріорну ймовірність класифікації вибрано однаковою для всіх груп, функції класифікації регіонів України за основними показниками соціально-гуманітарного розвитку підприємництва відображені в економетричній моделі рівняннях, які є лінійними комбінаціями початкових ознак, що оптимально розділять аналізовані регіони за рівнем соціально-економічного та

гуманітарного розвитку з урахуванням впливу на нього рівня розвитку підприємництва (табл. 3.18) і мають вигляд:

$$\textbf{\textit{Кластер з середнім рівнем}} = -1296{,}26+0{,}45Y_1+0{,}39Y_3+ +0{,}03Y_4-122{,}47Y_5+1{,}38Y_6+46{,}64Y_7-0{,}02Y_8- -6{,}1Y_9-49{,}66Y_{10}+11{,}55Y_{11}+9{,}57Y_{12}-1{,}71Y_{13}+53{,}8Y_{14}- -37{,}23Y_{15}75{,}99Y_{16}; \quad (3.13)$$

$$\textbf{\textit{Кластер з низьким рівнем}} = -1042{,}2+0{,}37Y_1+0{,}43Y_3+ +0{,}01Y_4\ 166{,}68Y_5+0{,}41Y_6+61{,}31Y_7+0{,}01Y_8-5{,}27\ Y_9- -44{,}96Y_{10}+11{,}44Y_{11}+7{,}09Y_{12}-1{,}42Y_{13}-44{,}75Y_{14}-29{,}8Y_{15}-49{,}1Y_{16}; \quad (3.14)$$

$$\textbf{\textit{Кластер з високим рівнем}} = --1595{,}78+0{,}36Y_1+0{,}35Y_3+ +0{,}02Y_4\ 98{,}42Y_5-2{,}09Y_6+36{,}29Y_7-0{,}02Y_8-4{,}68\ Y_9- -38{,}28\ Y_{10}+11{,}44Y_{11}+7{,}09Y_{12}-1{,}42Y_{13}-44{,}75Y_{14}-29{,}8Y_{15}-49{,}1Y_{16}; \quad (3.15)$$

Таблиця 3.18

Таблиця коефіцієнтів класифікаційних функцій класів/кластерів

Позначення	Змінна	**G_1:1 p=0,26**	**G_2:2 p=0,39**	**G_3:3 p=0,34**
Y1	Кіль-ть середніх підприємств	0,45	0,37	0,36
Y2	Загальний обсяг інноваційних витрат	-0,00	-0,00	-0,00
Y3	Седредня заробітна плата	0,39	0,35	0,43
Y4	Валова додана вартість у фактичних цінах на одну ос., грн	0,03	0,02	0,01
Y5	Зайняте населення у фінансовій та страховій діяльності	-122,47	-98,42	-166,84
Y6	Населення зайняте у охороні здоров’я та наданні соціальної допомоги	1,38	2,09	0,41
Y7	Зайняте наслення у діяльності у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	46,64	36,29	61,31
Y8	ВРП у фактичних цінах з розрахунку на одну особу, грн	-0,02	-0,02	0,01
Y9	Населення зайняте у державному управлінні й оборон та обов’язковому соціальному страхуванні	-6,11	-5,27	-4,68
Y10	Населення зайняте у мистецтві, спорті, розвагах та відпочинку	-49,66	-44,96	-38,28
Y11	Реальний наявний дохід населення	11,55	11,44	7,24

Y12	Населення зайняте у освіті	9,57	7,09	14,90
Y13	Кількість інноваційних підприємств що фінансують НДДКР	-1,71	-1,42	-2,80
Y14	Населення зайняте у професійній, науковій та технічній діяльності	53,83	44,75	68,41
Y15	Зайняте наслення у операціях з нерухомим майном	-37,23	-29,85	-46,15
Y16	Потреба роботодавців у працівниках (тис осіб)	-75,99	-49,13	-114,70
	Constant	-1296,26	-1042,26	-1595,78

Джерело: розрахував автор за допомогою ПП STATISTICA

Отримані результати дають підстави стверджувати, що економічний розвиток регіонів у значній мірі залежить від показників розвитку підприємництва і, відповідно, структури зайнятості населення за видами економічної діяльності.

У зв’язку з тим, що дискримінатні функції були визначені за вибірковими даними, вони потребують перевірки статистичної значимості. Визначальним для дискримінантного аналізу являється перевірка гіпотези про відсутність різниці між груповими середніми основних показників які вибрані для аналізу економічного розвитку регіонів України. Перевірку гіпотези у роботі проведено за умов використання статистики Уілкса, де у якості критерію дискримінації використано лямбду Уілкса.

Таблиця 3.19

Значення статистик Уілкса

Змінна	**Wilks' Lambda**	**Partial Lambda**	**F (2,5)**	**p-value**	**Toler.**	**1-Toler (R-Sqr.)**
Кіль-ть середніх підприємств	0,003	0,721	0,968	0,441	0,050	0,950
Загальний обсяг інноваційних витрат	0,003	0,602	1,655	0,281	0,298	0,702
Седредня заробітна плата	0,003	0,635	1,435	0,322	0,144	0,856
Валова додана вартість у фактичних цінах на одну ос., грн	0,003	0,551	2,040	0,225	0,002	0,998
Зайняте населення у фінансовій та страховій діяльності	0,014	0,142	15,167	0,008	0,004	0,996
Населення зайняте у охороні здоров’я та наданні соціальної допомоги	0,002	0,973	0,069	0,934	0,025	0,975

Зайняте наслення у діяльнрсті у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	0,009	0,210	9,418	0,020	0,016	0,984
ВРП у фактичних цінах з розрахунку на одну особу, грн	0,004	0,434	3,255	0,124	0,002	0,998
Населення зайняте у державному управлінні й оборон та обов'язковому соціальному страхуванні	0,003	0,638	1,418	0,325	0,118	0,882
Населення зайняте у мистецтві, спорті, розвагах та відпочинку	0,004	0,458	2,959	0,142	0,092	0,908
Реальний наявний дохід населення	0,003	0,549	2,053	0,223	0,062	0,938
Населення зайняте у освіті	0,005	0,401	3,737	0,102	0,010	0,990
Кількість інноваційних підприємств що фінансують НДДКР	0,004	0,521	2,302	0,196	0,082	0,918
Населення зайняте у професійній, науковій та технічній діяльності	0,006	0,318	5,367	0,057	0,009	0,991
Зайняте наслення у операціях з нерухомим майном	0,006	0,343	4,779	0,069	0,020	0,980
Потреба роботодавців у працівниках (тис осіб)	0,003	0,592	1,725	0,269	0,093	0,907

Джерело: розрахував автор за допомогою ПП STATISTICA

Часткова лямбда Уілкса (**Partial Lambda**) використовується для оцінки одиночних вкладів відповідних змінних у дискримінацію між сукупностями, де, навпаки від показника лямбди Уілкса, більший одиночний вклад змінної у ступень дискримінації визначається відповідним великим значенням часткової лямбди Уілкса. Так, найбільшими рівнями вкладів у ступень дискримінації характеризуються змінні: кількість середніх підприємств; населення заняте в охороні здоров'я допомоги та наданні соціальної допомоги; населення зайняте у державному управлінні й обороні та обов'язковому соціальному страхуванні.

Для визначення природи дискримінації регіонів України та рівня розвитку підприємництва, тобто визначення показників, які впливають на результат кластерізації регіонів України, у роботі проведено канонічний аналіз запропонованої кластерно-факторної моделі

Канонічний аналіз дозволяє дослідити взаємозв'язок між двома наборами змінних, тобто оцінити рівень канонічної кореляції, який базується на аналізі канонічних дискримінантних функцій, так званих канонічних коренів, лінійних комбінацій дискримінантних змінних.

Максимальна кількість дискримінантних функцій визначається кількістю класів без одиниці, що дозволило у роботі визначити канонічну модель з двома канонічними коренями. Стандартизовані коефіцієнти (які відносяться до нормованих змінних, що дає змогу аналізувати у порівнянні масштаби) канонічної дискримінації цих коренів представлені у табл. 3.20

Таблиця 3.20

Стандартизовані коефіцієнти дискримінуючих функцій канонічної факторної моделі соціально-економічного розвитку регіонів України та підприємництва в регіонах

	Root 1	***Root 2***
Кіль-ть середніх підприємств	0,236297	-2,58152
Загальний обсяг інноваційних витрат	1,11176	-0,371350
Середня заробітна плата	-1,1731	-1,18877
Валова додана вартість у фактичних цінах на одну ос., грн	7,333	-14,3619
Зайняте населення у фінансовій та страховій діяльності	13,7071	5,28956
Населення зайняте у охороні здоров'я та наданні соціальної допомоги	0,88038	0,611804
Зайняте наслення у діяльнрсті у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	-6,13931	-4,023
ВРП у фактичних цінах з розрахунку на одну особу, грн	-12,372	14,3433
Населення зайняте у державному управлінні й оборон та обов'язковому соціальному страхуванні	-0,37010	1,87720
Населення зайняте у мистецтві, спорті, розвагах та відпочинку	-0,769338	2,53212
Реальний наявний дохід населення	1,8969252	-2,10922
Населення зайняте у освіті	-7,44001	-1,79405
Кількість інноваційних підприємств що фінансують НДДКР	2,3829252	-0,48909931
Населення зайняте у професійній, науковій та технічній діяльності	-7,926379	-4,1658406
Зайняте наслення у операціях з нерухомим майном	4,599929	3,8138146
Потреба роботодавців у працівниках (тис осіб)	1,8230672	1,161996
Eigenval	87,27090	4,9276
Cum.Prop	0,95	1

Джерело: розрахував автор за допомогою ПП STATISTICA

Як видно з таблиці перша дискримінантна функція (корінь 1) є статистично значущою (власне значення дорівнює 87,27) та найбільш

навантаженою за величинами: Зайняте населення у фінансовій та страховій діяльності (13,7071); ВРП у фактичних цінах з розрахунку на одну особу, грн (-12,37); Зайняте наслення у операціях з нерухомим майном (4,6); Населення зайняте у професійній, науковій та технічній діяльностіті (-7,926); Зайняте наслення у діяльнрсті у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування (-6,139).

Крім того, кумулятивна доля дисперсії, яка описана першою функцією, складає 87 %, що вказує на переважну значимість першої функції у порівнянні з другою. Хоча дискримінантна потужність (*Cum.Prop)* у двох функцій майже 100% . Оцінку вкладів канонічних коренів на рівень статистичної значимості моделі проведено за критерієм χ^2 [289]: Результат оцінки представлено у табл. 3.21

Таблиця 3.21

Статистична значимості моделі за критерієм χ^2 внески канонічних коренів на рівень статистичної значимості моделі

	Eigenvalue	***Canonicl R***	***Wilks' Lambda***	χ^2	***df***	***p-value***	
0	87,27090	0,994319	0,001911	78,25053	32	0,000010	
1	4,92767	0,911756	0,168700	22,24539	15	0,101529	

Джерело: розрахував автор за допомогою ПП STATISTICA

Представлений у табл. 3 результат свідчить про значне зменшення рівня статистичної значимості канонічної моделі за умов покрокового видалення з неї канонічних коренів. Так, перший рядок містить результати значимості за умов урахування всіх коренів. Другий же рядок інформує про падіння рівня статичної значимості моделі (за критеріями *Canonicl R;* χ^2.) за умов видалення із неї одного із коренів.

Матриця факторної структури, яка визначає кореляції між змінними та дискримінуючими функціями, представлена у табл. 3.22.

Таблиця 3.22

Кореляції між змінними, що визначаючть умови соціально-економічного розвитку регіонів України та розвиток підприємництва,та дискримінантними функціями

	Root 1	Root 2
Кіль-ть середніх підприємств	-0,201	0,0937
Загальний обсяг інноваційних витрат	-0,070	-0,198
Середня заробітна плата	-0,130	0,004
Валова додана вартість у фактичних цінах на одну ос., грн	-0,092	-0,069
Зайняте населення у фінансовій та страховій діяльності	-0,110	0,0597
Населення зайняте у охороні здоров'я та наданні соціальної допомоги	-0,149	0,0227
Зайняте наслення у діяльнрсті у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	-0,143	0,0410
ВРП у фактичних цінах з розрахунку на одну особу, грн	-0,102	-0,064
Населення зайняте у державному управлінні й оборон та обов'язковому соціальному страхуванні	-0,144	0,0747
Населення зайняте у мистецтві, спорті, розвагах та відпочинку	-0,156	0,166
Реальний наявний дохід населення	0,0132	-0,121
Населення зайняте у освіті	-0,11	0,0261
Кількість інноваційних підприємств що фінансують НДДКР	-0,083	-0,026
Населення зайняте у професійній, науковій та технічній діяльності	-0,13	0,089
Зайняте наслення у операціях з нерухомим майном	-0,11	0,109
Потреба роботодавців у працівниках (тис осіб)	-0,08	0,09

Джерело: розрахував автор за допомогою ПП STATISTICA

Таблиця 3.23

Характеристики канонічних коренів

	Root 1	**Root 2**
G_1:1	3,0944	3,40579
G_2:2	8,2454	1,68110
G_3:3	-11,5969	0,66310

Джерело: розрахував автор за допомогою ПП STATISTICA

З таблиці видно, що перша канонічна функція (канонічний корінь) добре ідентифікує регіони другого кластеру за ВРП і ІЛР від першого і третього кластерів, друга канонічна функція добре ідентифікує перший кластер від другого і третього.

Щоб визначити внесок кожної дискримінантної функції в розподіл регіонів між групами за рівнем ІЛР та ВРП (високий низький), побудовано діаграму розсіювання канонічних значень (Рис. 3.27).

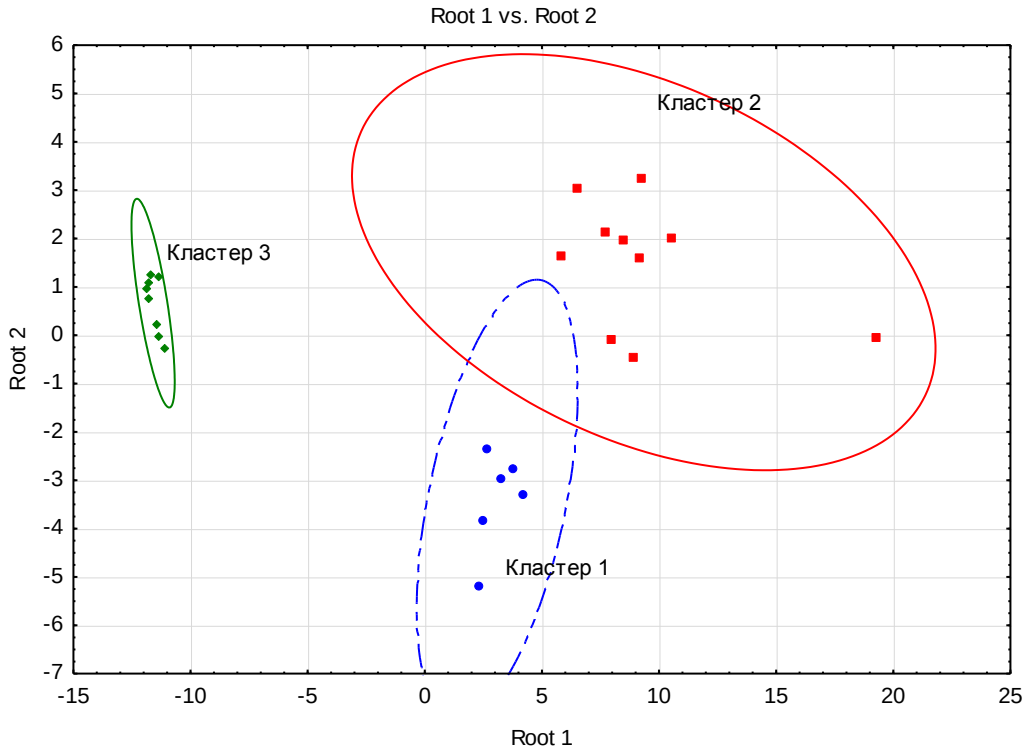


Рис. 3.27. Діаграма розсіювання канонічних значень

Джерело: побудував автор за допомогою ПП STATISTICA

Діапазон розсіювання значень дискримінантної функції для групи регіонів з високим рівнем ВРП і ІЛР є невеликим (кластер 3), що свідчить про незначні відмінності між регіонами цієї групи за аналізованими показниками. Відстань між отриманими кластерами є значною. Отже, регіони, віднесені до різних груп за значеннями ВРП і ІЛР, суттєво відрізняються між собою як за рівнем соціально-економічного розвитку, так і за мірою просування розвитку підприємництва.

Ми провели регресійне моделювання залежності ВРП від показників результативності підприємницької діяльності і зайнятості відповідно до такого підходу. Із 34 змінних включених до формування лінійної багатофакторної моделі значимими виявилися лише дві (табл. 3.24) при високій статистичній значимості моделі.

Таблиця 3.24

Характеристики рівняння регресійної моделі

Змінна	**b***	**Std.Err. of b***	**b**	**Std.Err. of b**	**t(14)**	**p-value**
Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємствами, млн. грн	1,67	0,738	0,3	0,135	2,27	0,0039
Економічно активне населення у віці 15-70	0,31	0,081	81,4	21,362	3,808	0,001

Джерело: розрахував автор за допомогою ПП STATISTICA

Отже попередній аналітичний вигляд регресійної моделі такий:

ВРП=1,67 Обсяг реалізованої продукції підприємствами+0,31*Економічно активне населення*

Таблиця 3. 25

Статистична значимість регресійної моделі

	Value
Multiple R	0,99
Multiple R^2	0,99
Adjusted R^2	0,99
F(10,14)	424,66
p	0,000001
Std.Err. of Estimate	6711,65

Джерело: розрахував автор за допомогою ПП STATISTICA

Таблиця 3.26

Значимі попарні кореляції змінних моделі і змінних, що не увійшли в модель

	Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємствами, млн. грн	**Економічно активне населення у віці 15-70**
Кількість малих підприємств на 10 тис. наявного населення	0,93	
Кількість великих підприємств	0,96	0,73
Кількість середніх підприємств	0,97	0,79
Кількість малих підприємств	0,98	0,75
Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємствами, млн. грн	1,00	0,66
Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) великих підприємств млн.грн	0,98	0,68
Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) середніх підприємств млн.грн	0,99	0,60
Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) малих підприємств млн.грн	0,99	0,69
Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) мікро підприємств млн.грн	0,99	0,70
Економічно активне населення у віці 15-70	0,66	1,00
Зайняте населення у промисловості		0,78
Зайняте населення у будівництві		0,91
Зайняте населення у оптовій та роздрібній торгівлі; ремонті автотранспортних засобів і мотоциклів	0,72	0,98
Зайняте населення у транспорті, складському господарстві, поштовій та кур’єрській діяльності	0,45	0,87
Зайняте населення у тимчасовому розміщуванні й організації харчування	0,72	0,88
Зайняте населення у інформаційній діяльності та телекомунікаціях	0,98	0,75
Зайняте населення у фінансовій та страховій діяльності	0,99	0,71
Зайняте населення у операціях з нерухомим майном	0,84	0,85
Населення зайняте у професійній, науковій та технічній діяльності	0,97	0,74
Зайняте населення у діяльності у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	0,93	0,86
Населення зайняте у державному управлінні й обороні та обов’язковому соціальному страхуванні	0,82	0,90
Населення зайняте у освіті	0,62	0,96
охорона здоров’я допомоги та надання соціальної допомоги		0,95
Населення зайняте у мистецтві, спорті, розвагах та відпочинку	0,87	0,84
Витрати на персонал підприємств, млн.грн	1,00	0,67
Витрати на персонал великих підприємств млн.грн	0,99	0,62

Витрати на персонал середніх підприємств млн.грн	0,97	0,68
Витрати на персонал малих підприємств млн.грн	0,99	0,66
Витрати на персонал мікропідприємств млн.грн	0,99	0,69

Джерело: розрахував автор за допомогою ПП STATISTICA

Таким чином, з огляду на табл. 3 можна вважати, що змінні рівняння репрезентують вплив змінних з табл. 3 в рівнянні регресії. Модель можна вважати задовільною, якщо залишки некорельовані й розподілені (приблизно) за нормальним законом. Побудуємо таблицю залишків (рис. 3.28) і перевіряємо, чи виходять залишки за межі інтервалу (3s,3s), де s емпіричне середньоквадратичне відхилення залишків (на графіку залишок позначений*).

У нашій моделі залишки не виходять за межі інтервалу окрім Полтавської області яка є викидом з моделі, а середнє залишків 0, при цьому залишки розподілені майже нормально (рис. 3.29). Полтавську область не потрібно видаляти з моделі, оскільки регресія і її значимість суттєво не зміняться.

Case name	Raw Residuals -3s . . 0 . . +3s	Raw Residual Dependent variable: Observed Value	Residual
Вінницька	. . . * . . .	59871,0	491,82
Волинська	. . * | . . .	31688,0	-7274,68
Дніпропетровська	. . . *| . .	215206,0	-1955,45
Донецька	. . . *| . . .	115012,0	-1864,86
Житомирська	. . * | . .	38425,0	-7565,27
Закарпатська	. . . *| . . .	28952,0	-1281,09
Запорізька	. . . |* . . .	89061,0	1558,74
Івано-Франківська	. . . | * . .	45854,0	3934,60
Київська	. . . *| . . .	104030,0	-1403,23
Кіровоградська	. . . * . .	38447,0	2,11
Луганська	. . . | * . . .	23849,0	3934,59
Львівська	. . . *| . . .	94690,0	-1813,63
Миколаївська	. . . * | . .	48195,0	-2507,55
Одеська	. . . * . . .	99761,0	-381,15
Полтавська	. . . | . . *	95867,0	20752,16
Рівненська	. . . *| . . .	35252,0	-1671,04
Сумська	. . . * . . .	41567,0	514,63
Тернопільська	. . . *| . .	26656,0	-1288,46
Харківська	. . . |* . . .	124843,0	1942,44
Херсонська	. . . * . . .	32215,0	-208,02
Хмельницька	. . . |* . .	41088,0	748,66
Черкаська	. . . * | . . .	50843,0	-3664,02
Чернівецька	. . . | * . . .	18506,0	2093,56
Чернігівська	. . . * | . . .	36966,0	-2940,65
м.Київ	. . . * . . .	451700,0	-154,22
Minimum	. . * | . . .	18506,0	-7565,27
Maximum	. . . | . . *	451700,0	20752,16
Mean	. . . * . . .	79541,8	-0,00
Median	. . . * . . .	45854,0	-381,15

Рис. 3.28. Таблиця залишків моделі

Джерело: побудував автор за допомогою ПП STATISTICA

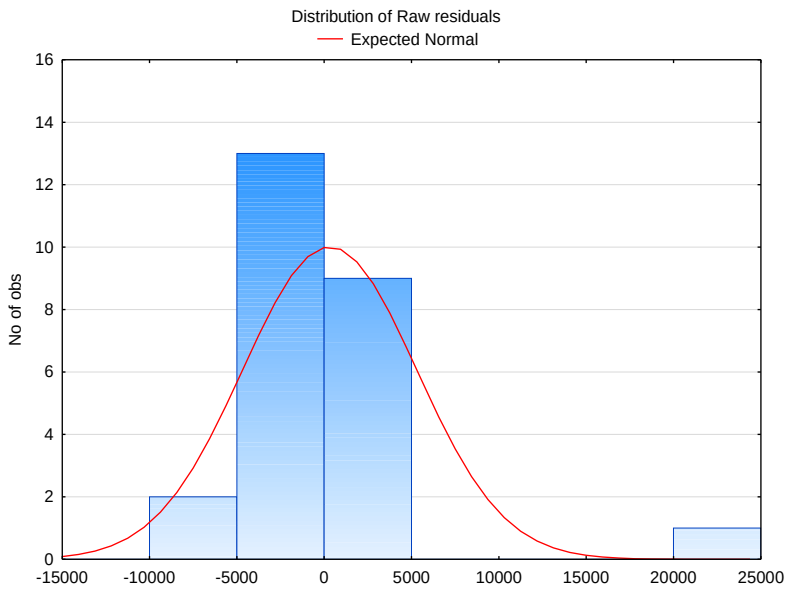


Рис. 3.29 Розподіл залишків моделі

Джерело: побудував автор за допомогою ПП STATISTICA

Як свідчить проведене регресійне моделювання, класичний метод лінійного багатофакторного моделювання не дав змоги отримати взаємозв'язок усіх чинників економічного розвитку регіону у явному аналітичному вигляді. Тому для багатофакторного моделювання має бути застосований один із новітніх методів інтелектуального аналізу даних, що базований на регресійних моделях.

Багатовимірні адаптивні регресійні сплайни (MAR-сплайни) вперше були запропоновані Дж. Фрідманом в 1991 р. [290] для розв'язування регресійних задач і задач класифікації де необхідно оцінити набір залежних змінних від набору незалежних змінних. Такий метод оцінки, фактично, є непараметричною процедурою, яка базована на твердженні про те, що між оцінюваними змінними немає визнаного аналітичного функціонального зв'язку у явному вигляді. Відповідно, MAR-сплайни задаються базисними функціями и набором коефіцієнтів, які встановлюються на основі емпіричних даних.

Моделювання на основі використання MAR-сплайнів нині широко застосовується у наукових та прикладних дослідженнях у різних галузях наук. Фактично, багатовимірні адаптивні регресійні сплайни довели довели свою

ефективність, як інструмент аналітичного дослідження великих масивів даних [289-290]. Ми провели моделювання за допомогою модуля MARSpline ПП STATISTICA і отримали сплайнові регресійні лінійні поверхні (рис. 3.30-3.32) залежності ВРП від показників підприємницької діяльності регіонів України.

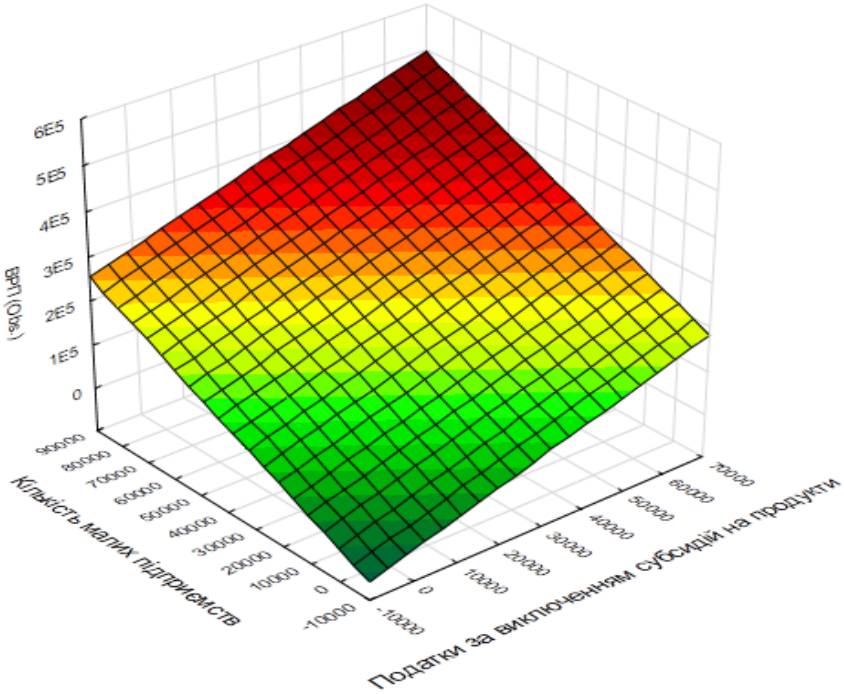


Рис. 3.30. Сплайнова лінійна регресійна поверхня 1 залежності ВРП
Джерело: побудував автор за допомогою ПП STATISTICA

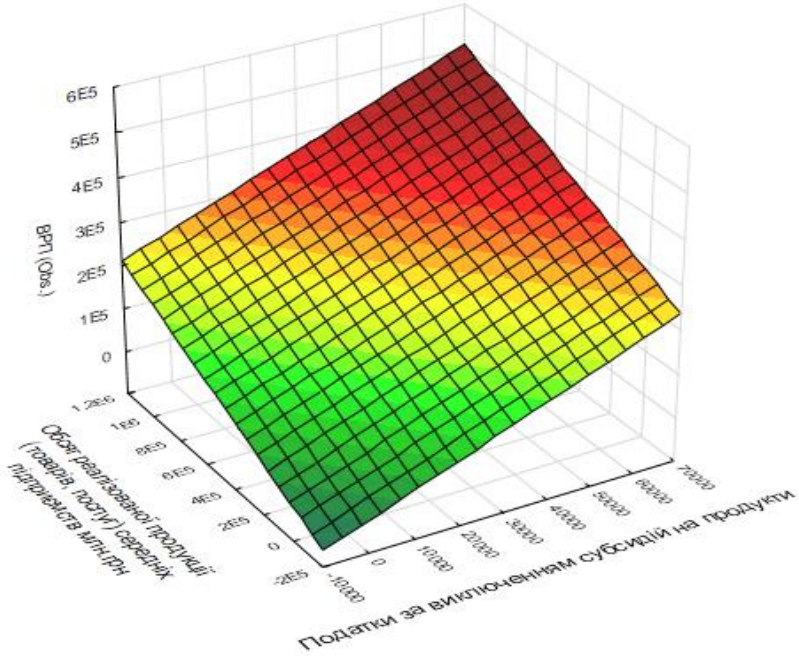


Рис. 3.31. Сплайнова лінійна регресійна поверхня 2 залежності ВРП
Джерело: побудував автор за допомогою ПП STATISTICA

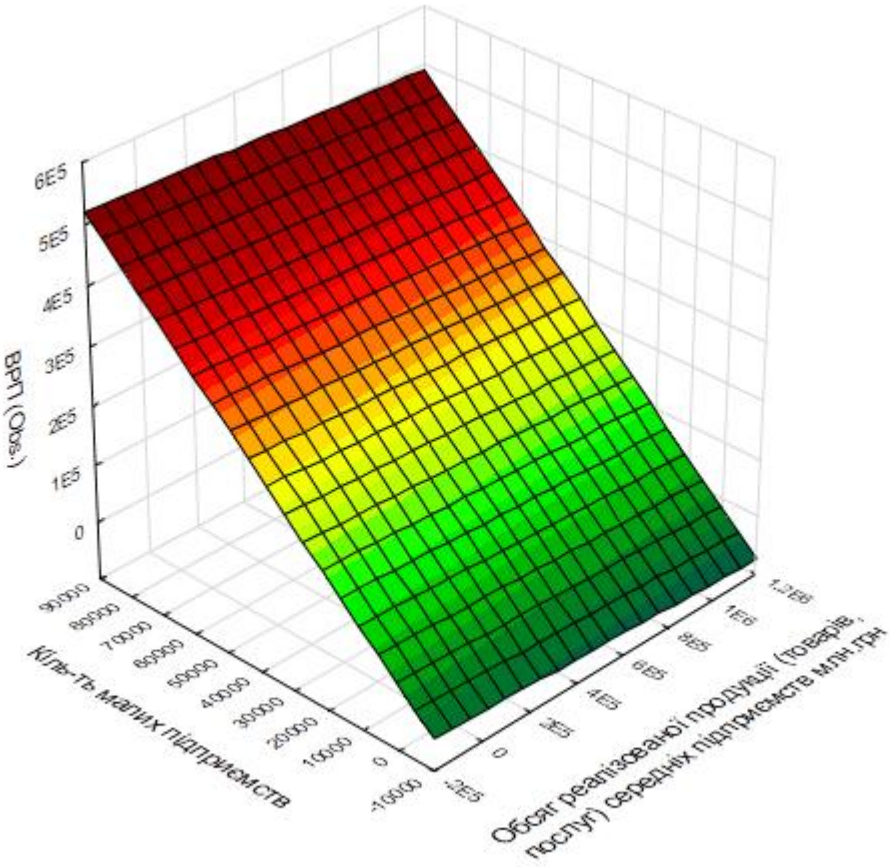


Рис. 3.32. Сплайнова лінійна регресійна поверхня залежності ВРП

Джерело: побудував автор за допомогою ПП STATISTICA

Рівняння сплайнової регресії ВРП регіонів України має вигляд:

*ВРП =-3995+3,19*Податки за виключенням субсидій на продукти+0,87*Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) середніх підприємств+1,88*Кількість малих підприємств*

Таблиця 3.27

Статистична значимість регресійної сплайнової моделі

	ВРП
Mean (residual)	0,00
Standard deviation (residual)	3990,77
R^2	0,99
Adjusted R^2	0,99

Джерело: розрахував автор за допомогою ПП STATISTICA

Проведене класичне багатофакторне регресійне моделювання дає змогу стверджувати, що на ВРП лінійно залежить від обсягів реалізованої продукції та кількості економічно активного населення. Сплайнове регресійне моделювання дало змогу отримати адаптивне регресійне багатофакторне рівняння, що відображає лінійну залежність ВРП від податків, обсягу реалізованої продукції та кількості малих підприємств. З огляду на різні результати регресійного моделювання, для врахування і оцінювання впливу всіх факторів економічного розвитку регіонів з позиції активізації підприємницької діяльності у подальшому необхідним є застосування комбінованих методів інтелектуального аналізу даних. Це дасть змогу встановити аналітичний вигляд взаємозв'язків чинників впливу на ВРП та комплексно оцінити ці процеси.

Запропонований аналітичний інструментарій дослідження особливостей регіонального розвитку підприємництва у соціально-гуманітарному аспекті та соціально-економічного та гуманітарного розвитку регіонів України дає змогу ідентифіковувати групи регіонів, що є подібними за різними кількісними вимірниками вищезгаданих економічних процесів, що можна використовувати у координації регіональних стратегій економічного розвитку та для прийняття рішень щодо державного стимулювання певних регіонів в аспекті заохочення до активізації розвитку підприємництва за різними критеріями. Окрім того, такий підхід дає змогу ідентифіковувати регіональні структури за ознаками соціальних, гуманітарних та економічних процесів та будувати комплексні рейтинги регіонів за різними ознаками.

Проведене дослідження дало змогу зробити наступні висновки:

1. Існуючі економетричні моделі розроблені для вивчення політичної економії складних гуманітарних криз, спричинених війнами, державним насильством, хворобами, голодом та міграцією. Окремик клас моделей оцінює роль соціального капіталу і політичних зв'язків в отриманні вільного доступу до ресурсів, необхідних для створення та функціонування підприємства. Економетричні методи, за допомогою яких

досліджують основні чинники сталого розвитку підприємств, у більшості запозичені з соціальних наук. Найчастіше використовують засоби математичної статистики, аналіз рядів динаміки, методи аналізу взаємозв'язків та прогнозування, інтелектуальний аналіз даних, теорію ігор та теорію контрактів тощо. У багатьох практичних застосуваннях моделювання залежностей економічних та соціально-гуманітарних показників діяльності підприємства на регіональному рівні лінійними рівняннями дає цілком задовільний результат. Більшість лінійних взаємозв'язків випливають із відомих закономірностей, однак, при нелінійному співвідношенні чинників використання методів лінійного регресійного аналізу призводить до помилок результатів та спрощених висновків, отриманих на основі аналітичного рівняння.

2. Зарубіжні вчені за допомогою економетричного моделювання встановили, що існує причинно-наслідковий зв'язок між ефективністю підприємництва та соціальною відповідальністю: більш високий рівень ефективності забезпечує більш справедливий розподіл ресурсів, що є метою соціальної корпоративної відповідальності підприємств та корпорацій. І навпаки, соціально відповідальна діяльність впливає на репутацію і на підвищення ефективності, виміряної за фінансовими показниками. При дослідженні складних соціально-гуманітарних та економічних процесів у багатьох випадках неможливо безпосередньо виміряти показники, які визначають основні властивості (фактори) розвитку. Часто є невідомими навіть кількість та зміст цих факторів, у той же час можна виміряти індикатори, від яких вони залежать (виявляють певний зв'язок, наприклад кореляцію).
3. Уніфікованої методики, за допомогою якої можна отримати достовірні результати аналізу індикаторів сталого розвитку, зокрема показників соціального підприємництва, ще не розроблено. Тому для проведення адекватних досліджень доцільно використовувати новітні економетричні методи та зіставляти отримані дані. Системною проблемою таких досліджень є відсутність достовірних значень відповідних індикаторів для

ряду країн. На сьогодні ще не розроблено загальноприйнятої методики оцінювання соціально-гуманітарного розвитку підприємств та регіонів та соціалізації суспільства загалом. Набір чинників, які традиційно використовують для визначення «реального» значення сталого розвитку, зазвичай є надто громіздким, а значення відповідних індикаторів не можна виміряти безпосередньо. Окрім того, ці змінні мають достатньо умовний характер, і набір відповідних показників, доступних для експериментального вимірювання та реєстрації, обмежений. Тому для вивчення взаємозв'язку соціально-гуманітарного розвитку підприємств та сталого розвитку країн використано факторний аналіз. Основною метою його застосування було об'єднання великої кількості ознак (34), які характеризують глобальний сталий розвиток та соціальне підприємництво, у меншу кількість штучно створених на їх основі чинників. Отримана у результаті система факторів повинна описувати аналізовані дані не гірше, ніж початкова. Окрім того, це найзручніший апарат з точки зору змістовної інтерпретації.

4. Визначальним показником сталого розвитку країн та регіонів на сьогодні вважають Індекс людського розвитку. Залежно від його значення всі країни світу розділяють на чотири групи: країни з найвищим, високим, середнім та низький рівнем розвитку. Для перевірки застосовності такої класифікації для визначення рівня сталого розвитку країн у контексті соціально-гуманітарного розвитку підприємств проведено дискримінантний аналіз за всіма виділеними для дослідження змінними. Побудована класифікаційна матриця свідчить, що розподіл країн на групи за значенням ІЛР достатньо точно відображає рівень сталого розвитку країн у розрізі гуманітарно-соціального розвитку підприємств (відсоток коректно класифікованих об'єктів у всіх групах рівний 100). Отримані результати дають можливість зробити висновок, високі соціальні стандарти у країні мотивують соціалізацію бізнесу. У більшості країна з низьким рівнем ІЛР соціальне підприємництво ще не набуло поширення,

тому на даний час дослідження показників соціально-гуманітарного розвитку підприємств для цієї групи країн не проводяться. За результатами проведеного аналізу дискримінантних функцій отримано економетричну модель систему рівнянь, які є лінійними комбінаціями початкових ознак, що оптимально розділять аналізовані групи країн за рівнем соціально-гуманітарного розвитку підприємств.

5. Отримані результати дають підстави стверджувати, що сталий розвиток країн у значній мірі залежить від соціальних показників, зокрема освіти, тривалого та якісного життя, розвитку новітніх інформаційних технологій. З усіх виділених для дослідження показників економічного розвитку країн помітну вагу у дискримінант ній моделі має лише індекс торгівлі. Висновки, отримані в результаті проведених кластерного, факторного, дискримінантного та канонічного аналізів, свідчать про існування реального взаємозв’язку між основними показниками глобального сталого розвитку та індикаторами гуманітарно-соціального розвитку підприємств. Чим вищі соціальні стандарти, прийняти в конкретній країні, тим сприятливішими є умови для просування соціального підприємництва. І навпаки, гуманізація як бізнес-культура забезпечує вищий рівень соціалізації суспільства.

Основні результати отримані в даному розділі представлені у роботах [244, 253, 255, 259, 272, 282].

РОЗДІЛ 4
СТАНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ ОСНОВА НОВОЇ ПАРАДИГМИ СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В РЕГІОНАХ

4.1. Теоретико-практичні засади формування економіки знань.

Сучасні українські підприємства все більшою мірою відчувають необхідність до переходу до радикально нового ведення бізнесу та нового типу економіки економіки знань (knowledge economy). Її центральним елементом є інтелектуальна особистість працівник, який є одночасно і носієм знань, творцем продукції та генератором доданої вартості.

Сучасна парадигма поняття економіки знань останніми десятиліттями все частіше і частіше стала об’єктом дослідження і наукових дискусій як світової наукової спільноти, так і українських вчених. Цей термін, широко популяризований ще у 1969 році Пітером Друкером до недавнього часу не був достатньо висвітлений у вітчизняній науці.

Термін економіка знань ґрунтується на точці зору, згідно якої основну роль у економічному зростанні та сталому розвитку особистостей, підприємств, регіонів, країн відіграють знання і технології. Загалом, знання завжди мали важливе значення для економічного розвитку, але в останні роки важливість його невпинно зростає по причині певних факторів, таких як, наприклад науково-технічний прогрес, глобалізація світової економіки, зростання значення спеціалізованих знань, підвищення самого факту обізнаності про важливість знань для економічного розвитку країни і створення нових робочих місць та багато інших, про які йтиметься далі.

Теперішні тенденції вказують на те, що економіка знань чинить позитивний вплив на і на соціально-гуманітарнийрозвиток підприємств а також регіонів та регіональних утворень. В науковій літературі є багато різних

визначень, які використовуються для розкриття її суті. Це свідчить про багатогранність та відносну новизну цієї категорії.

Згідно положень організації Азіатсько-Тихоокеанського Економічного Співробітництва (APEC) і Організації Економічного Співробітництва і Розвитку (OECD) економіка знань є терміном, що асоціюється з радикально новими навичками працюючого населення, високою продуктивністю і нової доданою вартістю як єдиний спосіб для ведення конкурентної боротьби підприємствами і країн, що дозволяє їм діяти в умовах глобалізації. Згідно підходу OECP [434] роль знань перевищує за важливістю природні ресурси, фізичний капітал і некваліфіковану робочу силу. Більше того, переважна більшість країн світу, не лише промислово розвинених, постіндустріальних, але й слабкорозвинутих і тих що розвиваються тією чи іншою мірою органічно рухаються в напрямку економіки, заснованої на знаннях.

Згідно іншої точки зору [430], економіка знань визначається і формується її складовими структурними елементами підприємствами, організаціями та компаніями, що діють у галузях промисловості, які засновані на знаннях та інноваціях. Саме такі структурні елементи лідирують у міжнародній конкурентній боротьбі, маючи на озброєнні згадані ключові компетенції. Економічний успіх, заснований на ефективному використанні нематеріальних активів, таких як знання, унікальні навички персоналу і потенціал для інновацій спричинений саме цим ключовим джерелом конкурентних переваг. Така точка зору на економіку знань відкриває нові можливості і дає надію країнам з перехідною економікою, незалежно від їх розміру, наявності запасів природних ресурсів, рівня індустріалізації та рівня економічного розвитку на досягнення високої динаміки підвищення добробуту.

Вчені виділяють чотири основні теоретичні погляди на економіку знань [437]. Першим є ствердження того, що вхідні потоки знань економік у кількісному та якісному вимірі є з значно важливішими, ніж це спостерігалось до теперішнього моменту. Так, П. Друкер та ряд інших науковців

стверджують, що знання стає найважливішим фактором виробництва товарів та послуг, а роль знань (порівняно із традиційними факторами виробництва) постійно зростає [39]. Причиною таких змін є прямування економік країн світу до ведення господарської діяльності, яка орієнтована на знаннях.

Відповідно до цієї точки зору накопичення знань не може бути відділеним від накопичення капіталу, що вважається основоположним моментом класичної теорії виробництва.

Другий теоретичний погляд на економіку знань базується на ідеї, згідно якої знання як продукт в певній мірі є більш важливим, ніж раніше, і очевидним фактом на сьогодні є зростання торгівлі знаннями. Це твердження може бути вірним хоча б з тої позиції, що на сьогодні й справді спостерігається нечуване зростання виробництва і торгівлі інтелектуальних продуктів та послуг, таких як програмне забезпечення, бази даних, доступи до інформаційних, програмних продуктів та ін., а ринки цих продуктів отримали колосальних приростів, особливо за останні десятиліття.

Третьою, доволі теоретичною концепцією є зростання ролі так званих явних знань в якості компонента економічної діяльності. Такими знаннями є тип відомостей, які легко пояснюються, описуються, вербалізуються, формалізуються і є доступними для засвоєння, їх можна легко отримати, навчитись користуючись, застосовуючи чіткі правила. Прикладами таких знань можуть слугувати різноманітні навчальні відео, інструкції, технологічні та інші види документацій, тощо.

Останньою, четвертою теоретичною концепцією є базування економіки знань на інноваційних, унікальних відомостях, що виражені у радикально нових технологічних інноваціях, ноу-хау, які забезпечують ринкове домінування. Такі зміни разом з бурхливим розвитком комп’ютерної та комунікаційної техніки, впливаючи не особливості ведення бізнесу загалом, також більш виражено впливають на собівартість та повний виробничий цикл підприємств, організацій і компаній.

Більш широке використання нових інформаційно-комунікаційних технологій, а також зростання суміжних галузей є основою для розвитку економіки знань. Ці технології дозволили отримати новий вимір для економічного зростання, оскільки вони дають можливість здійснювати трансфер технологій найбільш швидким та дешевим чином [359].

Хоча деякі автори мають різні погляди на економіку знань, основною причиною цього є різні кути розгляду цього явища, проте всі вони підкреслюють її надзвичайну актуальність та значимість для всього людства. Всі ці теоретичні концепції наголошують на актуальності знань для економічного зростання та розвитку. Головною причиною цього є ґрунтування усіх видів економічної діяльності на знаннях того чи іншого виду. Базуючись на цих концепціях можна стверджувати, що передумовами економіки знань є прогрес у сфері освіти, винайдення нових технологій, науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи і т.д. Такі положення звісно ж є актуальними і для країн, з далеко не найкраще розвинутою економікою таких як Україна.

Розвиток економіки знань тягне за собою зміни у багатьох аспектах господарських систем держав. І як вже згадувалось, на сьогодні напрацьовано чималу кількість теоретичних концепцій та факторів розвитку економіки знань, проте не всі вони є актуальними і придатними для використання для тієї чи іншої окремо взятої країни по причині їх (концепцій) не універсальності. Базуючись на досвіді багатьох країн Світовим Банком було здійснено спробу окреслення максимально універсальних ключових факторів, по яких можна оцінити розвиток економіки знань. Основними їх завданнями є вимірювання та опис темпів зростання, культивування економіки знань у окремо взятій країні з метою виявлення реального стану речей та надання рекомендацій розробникам політичних, економічних програм регіонального розвитку і т.п.

Так, на основі емпіричних досліджень ОЕСР і Світового Банку вчені демонструють, що розвиток економіки знань вимагає наступних ключових базових елементів [359, 387, 426, 434]:

- ефективні державні інститути й економічні стимули;

- освіта та навчання;
- інфраструктура інформаційно-комунікаційні технології;
- науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи, інновації.

Стосовного ефективних державні інститути слід зазначити, що вплив ефективного уряду на економічні показники в розвинених країнах проявляється досить помітно. Досвід цих країн показує сильну кореляцію між ефективним державним управлінням і доходом на душу населення. Показник якості управління вказує на ключові перешкоди на шляху до розвитку економіки знань. У країнах з перехідною економікою ця перешкода проявляється переважно через недостатньо розвинуте правове середовище. Як правило, емпіричні дослідження показують, що інвестори в першу чергу зацікавлені в досконалій нормативно-правовій базі країни, а тому вони віддають перевагу вкладати гроші туди, де існує низький ризик зміни політичного режиму. Говорячи про економічні стимули, слід зазначити, що до них можна віднести сприятливе податкове законодавство, фінансові ініціативи та гнучке регулювання інтелектуальної власності. Все це створює більш сприятливе конкурентне бізнес-середовище, також це є важливим для створення та накопичення нових знань. Загалом, в країні з недосконалою конкуренцією і відсутністю стимулів для створення нових видів продукції і послуг, рівень створення нових знань також буде дуже низьким, і також, як наслідок, рівень економічного зростання.

Другим згаданим вище компонентом економіки знань є ефективна і продуктивна освітня система, яка може задовольнити сучасні актуальні потреби глобалізованого господарства. Особливості сучасних вимог до людського капіталу є необхідності поліпшення та поява нових навичок (наприклад робота в команді або когнітивні навички) і безперервне навчання протягом всього життя для того, щоб відповідати все більш швидко виникаючим бізнес-змінам і викликам. Вплив самих знань і їх накопичення на виробничому рівні вказує на те, що адекватна системи освіти необхідна буде забезпечувати швидку передачу знань в суспільстві. Система освіти є

ключовим фактором створення інноваційної культури, що є необхідним для успішного розвитку сучасної економіки. Система освіти повинна забезпечити трансфер знань між особистостями, компаніями та інституціями шляхом співпраці між освітніми установами та компаніями, що забезпечить зниження витрат на науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи на підприємствах.

Інфраструктура та інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) є не менш важливим аспектом розвитку. Напрацювання в сфері економіки знань підкреслюють важливість інформаційно-комунікаційних технологій та їх вплив на економічний розвиток країн. Проте весь потенціал цих технологій та його інфраструктура не можуть бути використані з максимальним ефектом при умові слабкої освіченості трудових ресурсів, традиційних методів управління і неадекватної нормативно-правової бази.

На сьогоднішній день самі по собі інформаційно-комунікаційні технології не здатні генерувати знання, але вони дозволяють приватним особам, компаніям та організаціям мати доступ до знань, використовувати і передавати знання більш ефективно, швидше і з меншими економічними затратами, виступаючи, таким чином, новим інструментом. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та їх застосування сприяло значному збільшенню попиту на освічених працівників. Ефективне упровадження ІКТ на всіх рівнях господарської діяльності може бути важливим фактором для досягнення економічного розвитку і зростання, особливо для країн з перехідними економіками, і позитивні зрушення в цьому плані вже можна спостерігати на теренах нашої держави, про що йтиметься далі.

Дослідження і розробки, виникнення інновацій та ноу-хау великою мірою залежать від розвиненої інноваційна культури у країні. Створення такої культури лежить на плечах керівництва держави, яке повинно створити сприятливе середовище, що дозволяє та стимулює створювати інновації як в приватному секторі, та і в державному. Проте слід зазначити, що інвестиції у

науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи окупаються в достатньо довгій перспективі. У країнах що розвиваються, підприємства малого та середнього бізнесу дуже часто не мають достатньої кількості вільних ресурсів для науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт, академічна і дослідна діяльність знаходиться на низькому рівні, що, у свою чергу, впливає на рівень продуктивності та конкурентоспроможності як окремих регіонів, так і держав загалом.

Щодо напрацювань стосовного економіки знань в українській науці хотілось би відмітити праці таких вчених як М.Поляков, О. Сахненко, О. Топоркова, У. Гузар, Н. Рак, І. Малик, С. Дубиківський, О. Вінничук, І. Вінничук, Л. Скращук, Н. Носань та інших.

Так, у праці О. Топоркової також відмічається відсутність єдиного погляду на трактування феномена економіки знань та напрямків розвитку суспільства у постіндустріальній економічній науці. Автор згрупувала теорії постіндустріальної економіки за специфічними предметами дослідження наступним чином [238]:

- теорії пост економіки (теорія «гіперактивності» Ж. Бодріяра, теорія креатосфери, економіка солідарності);
- теорії економіки, що базується на знаннях, згідно яких знання виступають головним ресурсом виробництва (інноваційна економіка, економіка знань, нова економіка);
- технологічні теорії економіки, суть яких полягає у досліджені змін у виробничих відносинах компаній, що відбулись внаслідок бурхливого росту Інтернет-технологій (цифрова економіка, е-економіка);
- мережева економіка.

Автор відмічає перехід людства до якісно нового етапу розвитку, головними рисами якого є бурхливий розвиток комунікаційних технологій, внаслідок чого відбулось формування нового інформаційно-комунікаційного простору в глобальному масштабі. Оскільки інформація стає головним

ресурсом, характерним для суспільства стає мережева організація соціо-гуманітарної взаємодії. У зв'язку з цим теорія інформаційно-мережевої економіки розглядається такою, що відповідає інтегральній концепції суспільства.

Н. Рак виділяє наступний перелік факторів управління знаннями, скомпонованих у 4 групи [199, с. 226]:

- Філософський, Організаційний, Технологічний;
- Людський, Системний, Глобальний;
- Біологічний, Ірраціональність знання, Раціональність знання;
- Індивідуальний фактор, Фактор навчання, Фактор часу.

І. Вінничук, О. Вінничук та Л. Скращук у своїй роботі розглядали зростання як макроекономічну категорію, яка не лише є показником абсолютних приростів соціального виробництво, але й можливістю економічних систем забезпечувати покращення якості життя, що може відбуватись завдяки підвищенню інтелектуалізації та переході до економіки, що заснована на знаннях [5, с. 116].

Вони прийшли до висновку, що двигуном економічного зростання можуть слугувати знання, проте переважно у довгостроковій перспективі. Для економік, що розвиваються опорою можуть бути нові технології, наукоємні галузі промисловості, розвиток науково-дослідної бази, інформаційної та комунікаційної інфраструктури. Провадження подібних заходів нашою державою також буде мати позитивний ефект у довгій перспективі. Проте вектор розвитку економіки, що базується на знаннях є єдиним виходом, який може забезпечити достойне місце в умовах глобалізованого світу.

Заслуговує на увагу дослідження У. Гузар, де автором виявлено наступні проблеми освітнього аспекту економіки знань України [62, с. 29]:

- загроза відставання якості середньої освіти від вимог постіндустріальної економіки внаслідок недостатніх обсягів фінансування, сліпого копіювання зарубіжного досвіду, який не завжди є актуальним для нашої держави і не дозволяє розкрити

вже наявний потенціал та напрацювання, низький рівень оплати праці вчителів та ін.;

- слабкий зв'язок вищої освіти із реальними потребами ринку праці в умовах інтеграції у глобальні світогосподарські процеси;
- відсутність стандартизації щодо якості освіти, низька якість послуг, що базуються на знаннях;
- неналежна перепідготовка кадрів та мала кількість фахівців, що здатні обслуговувати найновіші виникаючі технологічні галузі.

Автор наголошує, що в умовах нашої держави доцільно інвестувати у освіту громадян та інформаційну інфраструктуру, оскільки це зніме бар’єри трансферів технологій, від пожвавлення якого можна отримати додаткові конкурентні переваги та приріст загального добробуту.

Загалом, знання мали вирішальне значення в розвитку людства з давніх-давен. Здатність стародавньої людини видобути вогонь стало величезним прогресом і таке знання передавалось із покоління в покоління. Згодом, примітивні суспільства нагромаджували знання про рослини, тварин і матеріали і речовини, необхідні для їх виживання протягом тисяч років. Знання про висаджування рослин, техніки виорювання землі, металургія, виробництво інструментів та інше поступово розширювалися і зберігались в письмовій формі. Такі відомості також передавались з покоління в покоління, формуючи основу всіх цивілізацій у середні віки. Це забезпечувало розвиток людства аж до промислової революції.

Промислова революція відбулась в Європі після поширення давньогрецьких знань, що базувались на дослідницькому підході до природи, це привело до важливих наукових відкриттів у астрономії, фізиці, математиці та інженерії в епоху Відродження. Як наслідок відбулась наукова революція.

Промислова революція почалась із винайдення парового двигуна та текстильних машин. Це спричинило небувалий ріст підприємництва, що базувалось на знаннях та винаходах. Далі наступив період масової індустріалізації, яка найбільшим чином набула поширення у тих країнах, де

були для цього «інтелектуальні» та ресурсні умови. Колишній Радянський Союз отримав щедрі плоди від масової освіти та розвитку науки, давши життя потужній технологічній системі самостійно, будучи у певній мірі ізольованим. Щоправда ця система фактично зникла із його розпадом внаслідок економічного устрою, який показав себе неефективним. Японія взяла на озброєння західні технології для будівництва сучасної економіки згодом вийшла в лідери масового виробництва високотехнологічної продукції.

З винаходом транзистора, і протягом етапів мікроелектронної революції, спостерігається швидкий прогрес у сфері накопичення та обробки інформації. По причині радикального підвищення швидкості обробки інформації, яка подвоюються кожні 2 роки згідно закону Мура (Moore), виробництво все частіше автоматизується. Збільшення швидкодії комп'ютерної та обчислювальної техніки полегшило інші технологічні стрибки. Розробки в сфері генетики і пов'язаних з ними біотехнологій стимулювали величезний прогрес в області наук про життя і їх застосування. Прогрес в області маніпуляції матерії привів до винаходу нових матеріалів і нанотехнологій. І, нарешті, нові важливі події відбулися в сфері енергетики. Якщо дослідити більш глибоко розуміння категорій часу, життя, матерії та енергії, то всі ці технологічні зміни, як правило, переходячи у все більш складну і досконалу форму, в певному сенсі, найрадикальнішим чином зміняють всю економічну і соціальну систему (рис. 4.1).

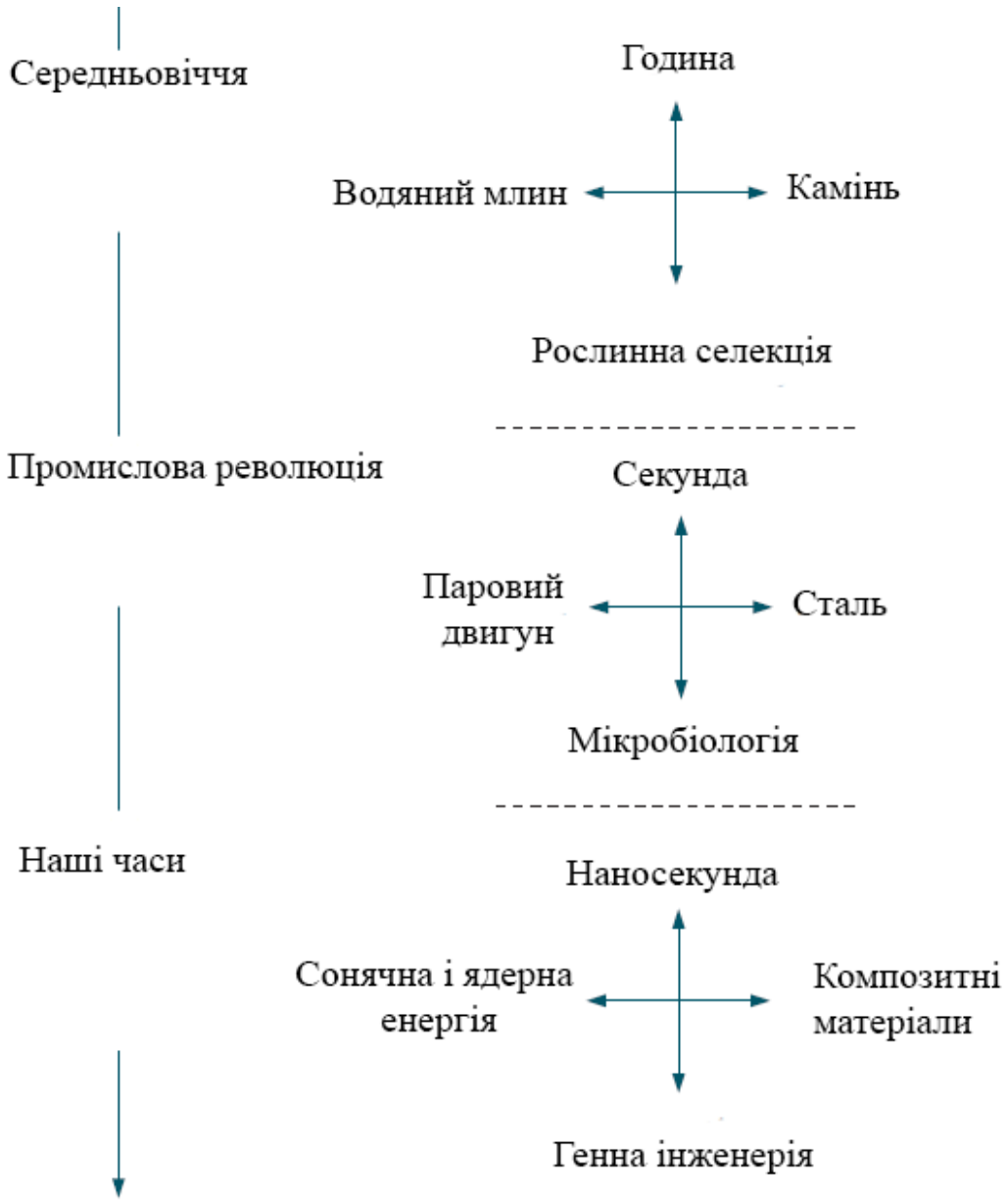


Рис. 4.1. Концепції Часу, Матеріалу, Життя та Енергії в контексті людських еволюційних процесів.

Джерело: побудовано на основі [342, с. 1-3]

Здавалось би, що ці основні фактори людського існування і життя не змінюються з часом в плані того, що вони не зникають і не з'являються нові. Проте вони видозмінюються якісно і власне ця зміна спричинена прикладанням знань і розвитком технологій у кожній з цих концепцій.

Незмінним складовим, центральним елементом економіки знань є інтелектуальний працівник особистість. Саме висококваліфіковані кадри є головними генераторами доданої вартості у виробничо-збутових ланцюгах,

оскільки технології самого виробництва достатньо просунулись, аби забезпечити швидку та дешеву реалізацію підприємницьких бізнес-ідей. До подібного роду інноваційних компетентностей можна віднести наступні:

- Виявлення незадоволених потреб та пошук шляхів їх вирішення;
- Генерування бізнес-ідей на рівні концепції, стартапи (англ. Startup);
- Формування профілю продукції;
- Дизайн, брендинг;
- Інноваційний маркетинг;
- Інформаційно-аналітичне забезпечення бізнес-діяльності;
- Ланцюги збуту та логістика;
- Піар та зв’язки з громадськістю, проведення інформаційних кампаній, управління репутацією та ін.

Саме завдяки виконанні робіт згідно таких компетентностей і відбувається створення доданої вартості. В той час як раніше вона додавалась, по більшій мірі, на етапі виробництва. Більше того, на сьогодні стає все більше і більше професій, які взагалі не передбачають витрат ресурсів у їх матеріальному вимірі. Прикладом може слугувати виробництво програмного забезпечення, яке досить складно віднести до сфери послуг, оскільки результуючим є, по суті, продукт, який може багатократно використовуватись, зазвичай різними користувачами.

Саме по цій причині виникають нові проблеми, пов’язані із пошуком і наймом висококваліфікованих професіоналів. Дана проблема не стояла так гостро раніше, оскільки існували достатньо стандартизовані професії та посади, таким чином того чи іншого працівника можна було відносно легко замінити в разі виникнення такої потреби.

Тепер інтелектуальна людина, яка працює на певній посаді володіє унікальним набором різнопланових навичок, які дуже рідко можна отримати в повному обсязі, навчаючись у освітніх закладах. Тому подібні особистості є надзвичайно цінними. Саме по цій причині все більшої популярності і

поширення набуває професія HR-менеджера, співробітника відділу кадрів, який веде «полювання за інтелектом» пошуком працівників з необхідними наборами вмінь та навичок. Окрім цього, в його завдання часто входять обов'язки «втримати» цінного працівника, оскільки в інноваційних галузях компаніями ведеться боротьба за унікальними кадрами.

Сам тому працівник-особистість є надзвичайно цінним носієм ідей, інформації, вмінь та навичок, які і є знаннями.

Як вже зазначалось, еволюційний поступ соціуму завжди супроводжувався винайденням, упровадження та активним застосуванням технологій та інновацій. Проте в економічному зростанні більш важливими були традиційні фактори виробництва. Саме тому аналіз економіки знань вважаємо доцільним провести в дихотомічному розрізі, а саме продемонструвати стан та світову кон'юнктуру цієї категорії за останні роки згідно найновіших статистичних даних поряд із більш довгостроковим, ретроспективним аналізом, аби показати перетворення та зміни структури пріоритетів розвитку і господарювання соціуму.

На рисунку 4.2 відображено сучасний стан зайнятості населення країн Європи та світу у знаннємістких сферах економіки. Таке зростання відбулось в основному через підвищення кількості громадян з вищою освітою.

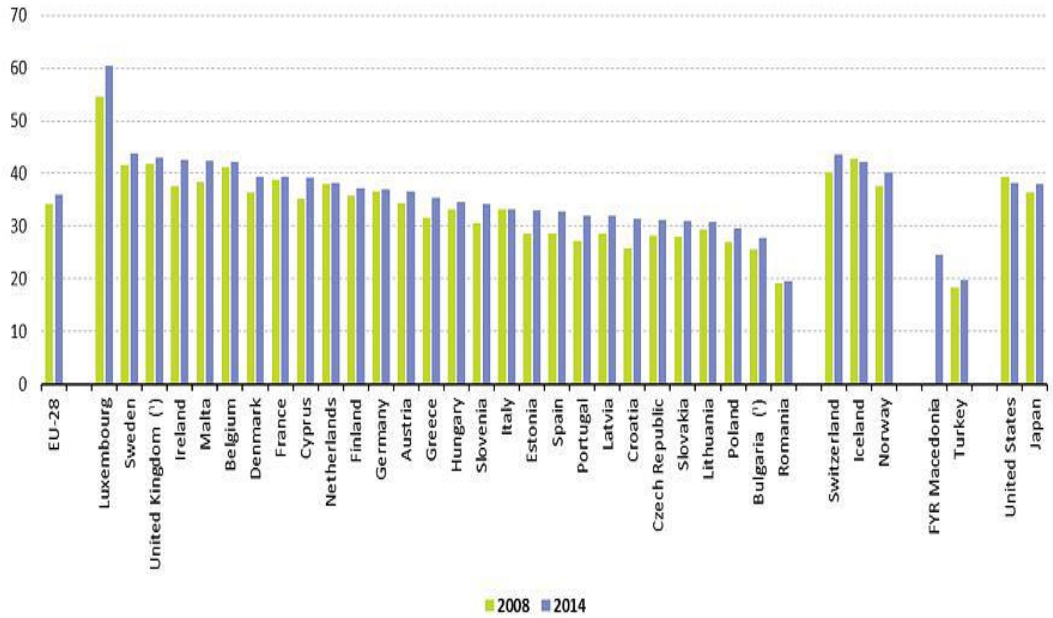


Рис. 4.2. Відсоток населення, зайнятого у знаннємістких галузях економіки.

Джерело: за даними Eurostat [367].

Цікавим і демонстративним є щорічний темп приросту витрат на дослідження і розробки у на підприємствах по країнах світу (рис. 4.3), де лідерську позицію із значним відривом займає Бельгія, яку наздоганяють Польща, Туреччина та Литва.

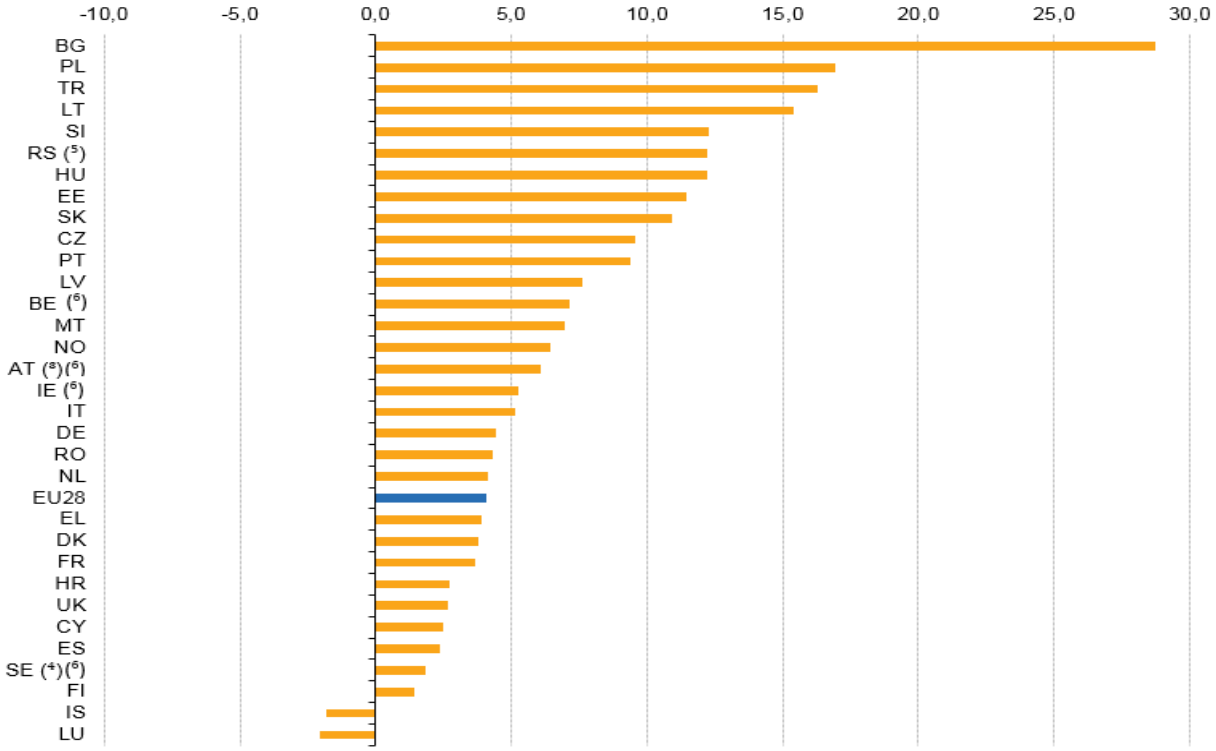


Рис. 4.3. Темпи приросту витрат на НДДКР підприємствами у 2016 році у країнах Євросоюзу.

Джерело: за даними Eurostat [367].

Щодо структури експорту знаннємісткої продукції слід зазначити, що в країнах Європи спостерігається певна спеціалізація (рис. 4.4). Так, найбільша частка виробництва електронного та телекомунікаційного обладнання на сьогодні спостерігається у Мальти, Естонії, Румунії, Литви, Македонії та ін.

Найбільша частка високотехнологічного обладнання у експорті спостерігається у Фінляндії, Данії, Великобританії. Щодо продукції аерокосмічної галузі у структурі продукції, то тут найбільшою мірою можна виділити Кіпр, Францію, Великобританію, Німеччину [367].

В той же час ряд країн демонструють збалансовану структуру, такі як, наприклад, Великобританія, Естонія, Туреччина, Німеччина, Італія, Фінляндія та інші.

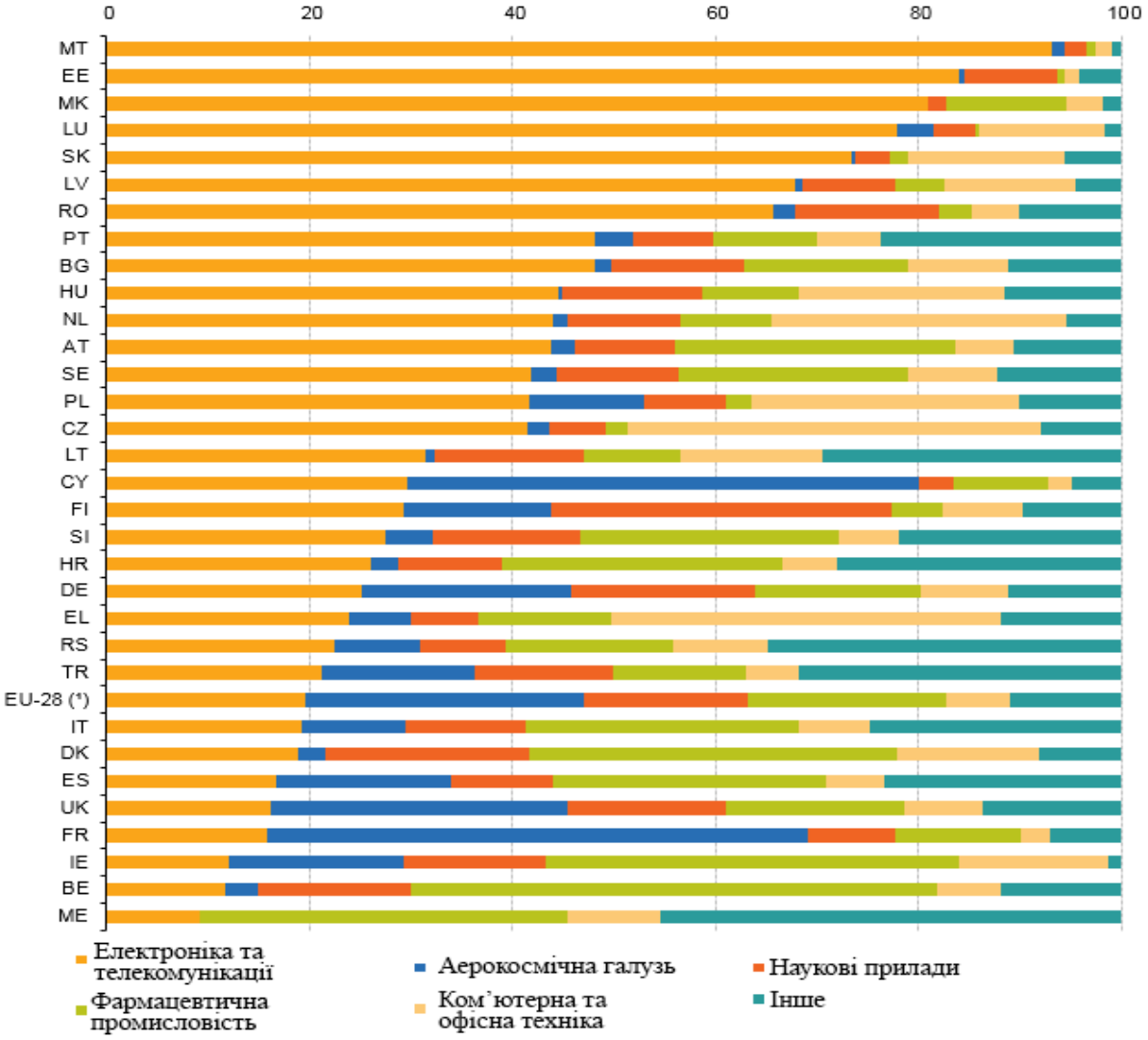


Рис. 4.4. Структура високоте хнологічного експорту по групах промисловості у 2015 році у розвинутих країнах світу.

Джерело: за даними Eurostat [367].

Важливим аспектом розвитку економіки знань є доступність для громадян та суб'єктів господарювання телекомунікаційної інфраструктури, про що йтиметься далі. Так, на сьогодні стале зростання можна спостерігати у активному використанні швидкісної мережі Інтернет в країнах Євросоюзу (рис. 4.5). Так, станом на 2015 рік близько 95% підприємств мають швидкісне підключення, поряд із 80% підключень у домогосподарствах [367]. У

дослідженнях за домогосподарства вважають сім'ю з мінімум однієї персони віком від 16 до 74 років. До підприємств відносять суб'єкти господарювання із чисельністю працівників понад 10.

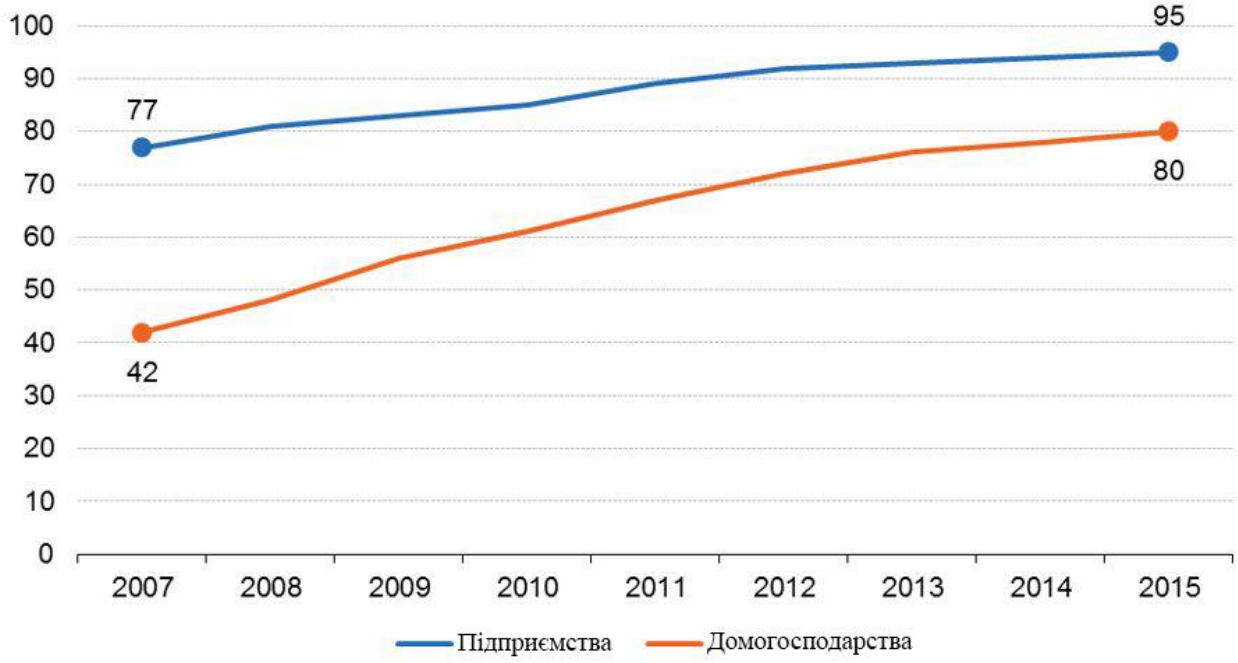


Рис. 4.5. Домогосподарства та підприємства з швидкісним доступом до мережі Інтернет у 2015 році

Джерело: за даними Eurostat [367].

Щодо ефективного застосування інновацій, на сьогодні можна стверджувати, що у країнах Європейського союзу спостерігається позитивна стабільна динаміка (рис. 4.6). Загалом можна виділити найсильніших інноваційних лідерів, де упровадження та використання є найбільш інтенсивним Швецію, Данію, Німеччину та Фінляндію. Найменш ефективним є застосування інновацій та розробок у таких країнах як Болгарія, Латвія, Румунія, Польща та деякі інші. Для оцінки використовувався комплексний індикатор, що показує ступінь впровадження результатів науково-дослідних робіт на підприємствах та установах [367].

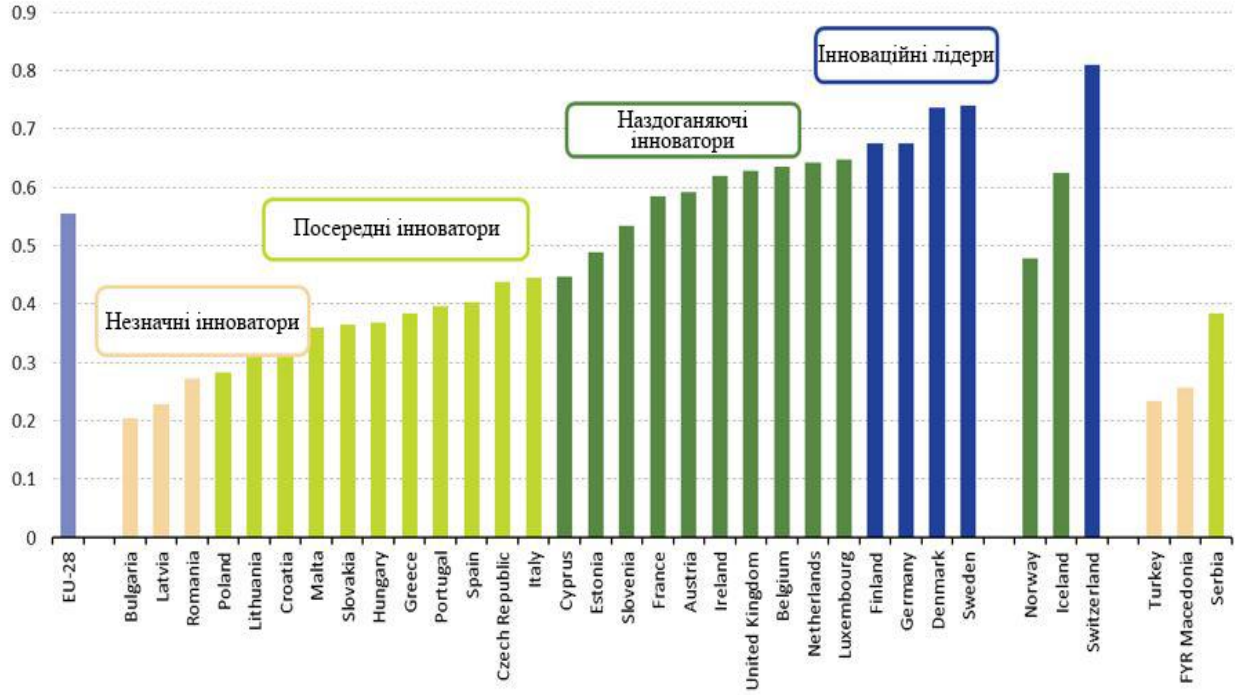


Рис. 4.6. Інновації по країнах світу у 2015 році

Джерело: за даними Eurostat [367].

Згідно методики статистичної служби Європейського союзу проведення дослідження рівня «інноватиності» країни до згаданого комплексного показника відносять 25 індикаторів, розділених на 8 груп, які дозволяють окреслити та оцінити такі параметри як:

- людські ресурси;
- науково-дослідні системи;
- фінансування та підтримка;
- рівень бізнес-зв’язків та контактів;
- обсяги інвестицій;
- інтелектуальні активи;
- інноватори;
- економічні ефекти.

За цими параметрами виведено середній інтегральний показник по Євросоюзу, який становив 0,519 у 2007 році і 0,555 у 2014, що демонструє загальний ріст. Відносно цього показника визначено згаданих вище країн-лідерів та аутсайдерів інноваційних процесів.

У таблиці 4.1 наведено дані звіту Організації економічного співробітництва і розвитку по країнах Європи та світу [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**, с. 16]. В ній показано прирости рівнів витрат ряду країн (як розвинутих, так і тих, що розвиваються) на розвиток науки та технології у розрізі загальних обсягів, джерел фінансування та сфери упровадження і використання.

Таблиця 4.1.

Витрати на НД і ДКР у структурі ВВП країн світу у 2016 році

Країни	Витрати на НД і ДКР у структурі ВВП						Кількість наукових працівників (у еквіваленті повної зайнятості)
	Млн. дол. США (за паритетом купівельної спроможності)	У % фінансованих з		У % виконаних у сферах			
		Промисловості	Уряду	Промисловості	Вищої освіти	Державного управління	
Австралія	23 084	61,9	34,6	56,3	29,6	11,2	100 414
Австрія	13 168	47,3	35,7	70,8	24,3	4,4	41 595
Канада	25 813,6	45,4	34,6	49,9	40,4	9,2	159 190
Чилі	1 486,9	32,0	44,1	33,5	38,9	8,1	7 602
Чехія	6 556,1	35,9	32,9	56,0	25,4	18,2	36 040
Данія	7 920,9	57,9	30,4	64,0	33,2	2,3	40 647
Естонія	531,3	37,1	49,5	43,5	44,3	11,0	4 323
Фінляндія	7 050,8	53,5	27,5	67,7	22,9	8,6	38 281
Франція	58 750,3	55,0	35,2	64,8	20,6	13,1	269 377
Німеччина	108 827,2	65,8	28,8	67,5	17,7	14,8	351 130
Греція	2 447,1	29,8	53,3	33,9	37,2	27,7	29 877
Ісландія	272,3	39,2	35,0	56,8	35,3	6,5	1 950
Ірландія	3 402,4	54,5	24,6	74,7	20,7	4,6	17 243
Ізраїль	11 376,5	36,5	12,7	84,5	12,5	1,9	63 521
Італія	27 744,4	45,2	41,4	55,7	26,9	14,5	119 977
Японія	166 861	77,3	16,0	77,8	12,6	8,3	682 935
Корея	72 266,8	75,3	23,0	78,2	9,0	11,2	345 463
Мексика	11 682,7	23,8	73,6	39,0	28,9	30,5	38 823
Польща	9 031,1	39,0	45,2	46,6	29,2	24,0	78 622
Туреччина	15 132,3	50,9	26,3	49,8	40,5	9,7	89 657
Великобританія	44 174,1	46,5	28,8	64,4	26,1	7,8	273 560
США	456 977	60,9	27,7	70,6	14,2	11,2	1 307 973
Аргентина	5 700,9	20,4	75,4	20,1	30,5	47,7	51 665
Китай	368 731,6	75,4	20,3	77,3	6,9	15,8	1 524 280
Румунія	1 505,4	32,9	48,5	41,5	15,2	43,0	18 109
Росія	39 863,0	27,1	69,2	59,6	9,8	30,5	444 865
Сінгапур	10 054,8	54,1	37,1	61,2	27,4	11,4	36 666

Країни	Витрати на НД і ДКР у структурі ВВП						Кількість наукових працівників (у еквіваленті повної зайнятості)
	Млн. дол. США (за паритетом купівельної спроможності)	У % фінансованих з		У % виконаних у сферах			
		Промисловості	Уряду	Промисловості	Вищої освіти	Державного управління	
ПАР	4 824,2	38,3	45,4	44,3	30,7	22,9	21 383

Джерело: за даними ОЕСР [265, с. 16].

Швидкий прогрес в області телекомунікацій і транспорту прискорили процес глобалізації, створюючи нове ігрове поле для світової конкуренції зі значними можливостями для тих країн, які здатні швидко пристосовуватись до нових змін.

Також варто відзначити, стрімке зростання малих країн з розвиненою економікою, таких як Сінгапур та Ірландія, зростання продуктивності економіки Сполучених Штатів, сповільнення (або і практична зупинка сталого розвитку) деяких країн Європи, вибух офшорного бізнесу і аутсорсингу, в тому числі поява Китаю як світової лінії кінцевого складання товарів, дивовижне зростання ІТ-технологій та чималі стрибки у налагодженні телекомунікаційних процесів навіть у відсталих в економічну плані країнах Африки. Щодо США варто відзначити, що підвищення ефективності економіки відбулось завдяки глобалізаційним процесам та здатності традиційних секторів влитись в ці тенденції, отримуючи вигоду для своїх бізнес-операцій, а також те, що ті сфери, які базувались на логістиці завдяки технологічним проривам і здешевленні в останній отримали небувалого прискорення.

Найменш розвинені країни в середньому демонструють ріст на 6 відсотків, поряд з безпрецедентною швидкістю зростання загальносвітової економіки на 5 відсотків [465, с. 22].

Науковці відмічають цікавий факт, що цілком ймовірним буде унікальний шлях розвитку для країн слабко розвинених та з перехідною економікою. Дуже часто вектор їх розвитку буде відрізнятись від пройденого недавно розвинутими країнами. Більш того, прогнозують можливість

«перестрибування» через епоху, коли країна із аграрною економікою може стати постіндустріальною, що може відбутись через масове використання постулатів економіки знань [329].

Такі зауваження є дуже слушними для нашої держави, адже, як показує практика, процеси реформ проводяться по традиційному, вже пройденому в певній країні шляху, де ті чи інші заходи себе вже зарекомендували з позитивної сторони. Справді, не можна не погодитись із твердженням, що не доцільно сліпо копіювати чужі стратегії розвитку, цілком слушним є шлях розробки власних програм, роблячи при цьому ставку на інновації та знання, адже знання та здатність отримувати конкурентні переваги від застосування технологій є кардинально ефективним шляхом успішного розвитку як держави загалом, так і окремо взятого підприємства чи приватного бізнесу.

Здатність ефективно використовувати знання дозволяє приватним особам, підприємствам і суспільним групам використовувати ресурси і поліпшити свій добробут, сприяючи тим самим розвитку середовища і регіону, де вони працюють і проживають. Проте це аж ніяк не простий процес. Просте сприйняття знань, в той час, коли це необхідно зовсім не гарантує його ефективне використання. Потрібно мати можливість вибрати правильну форму знання, освоїти його застосування, адаптувати його до конкретних обставин, йти в ногу зі змінами і регулярно вносити поліпшення.

Знання може приймати різні форми: нейтральну або приховану (кодифіковану), технічну або соціальну. Серед численних способів його впливу на економічний і соціальний розвиток виділяють три загальні форми [329, с. 1-5]:

- знання як двигун конкурентоспроможності та продуктивності;
- причина добробуту і покращення навколишнього середовища;
- активізатор забезпечення, розширення можливостей інститутів управління.

На цих способах варто зупинитись біль детально. Так, коли фірма, промисловість, або країна набуває конкурентної переваги, знання стає

основою «рентою» (отримується понаднормовий прибуток), яка замінює рентну плату, яка є похідною від описаних у класичній економічній теорії поняття природних ресурсів і дешевої робочої сили. Прикладами можуть служити текстильна промисловість, виробництво одягу а також програмного забезпечення (таблиця 4.2). Знання є особливим ресурсом, тому що його достатньо важко отримати, незалежно від того, яким саме шляхом створення або купівлі. На відміну від інформації, знання включає в себе комбінації фактів, які взаємодіють між собою у нематеріальній формі. Оскільки їх важко отримати, вони являють собою бар'єр на шляху до зростання, і цей вхідний бар'єр, в свою чергу, допомагає генерувати ренту, отриману від знань. Виділяють кілька видів ренти знань [30]:

- технологічна (контроль дефіцитних процесів або унікальних можливостей продукту);
- людські ресурси (наявність унікальних або просунутих людських навичок, вмінь і ноу-хау);
- організаційна (контроль унікальних або передових методів менеджменту);
- маркетинг і дизайн (які стають все більш важливими останніми роками, маючи пряму кореляцією з споживчим ноу-хау).

Проте слід зазначити, що така рента є перехідним (неусталеним) явищем і вимагає постійного оновлення.

Таблиця 4.2.

Інтелектуальна та ресурсна рента

Тип ренти	Попередні сфери ренти	Нові та перспективні сфери ренти
Природні ресурси	Багаті поклади мідних руд	Багаті поклади платини
Знання		
Технологія	Копіювальні верстати Двигуни внутрішнього згорання	Дизайн у сфері програмних продуктів Паливні елементи Біотехнологічні додатки
Людські ресурси	Ремісники-інструментарі	Програмні інженери

Організаційні ресурси	Масове виробництво, організоване менеджерами, інспектори з якості	Менеджмент виробничо-постачальних ланцюгів just-in-time
Маркетинг і дизайн	Levi-Strauss	Apple
Відносини	Короткотермінова проста взаємодія «покупець-виробник»	Довготермінові взаємовідносини ланцюгів постачання із тісним зворотнім зв’язком

Джерело: адаптовано за Р. Каплінським [30]

Як видно з прикладів, наведених в таблиці вище, у всіх секторах, від найбільш традиційних до тих, що знаходяться вершині технологій, можуть отримувати вигоди від найновіших досягнень в сфері знань. Знання впливає на конкурентоспроможність, економічне зростання і розвиток тих пір, поки вона знаходить конкретні сфери, де його можна застосувати, іншими словами, до тих пір, поки його можна практично упроваджувати у функціонуючі бізнес-процеси.

З появою класичної економічної теорії у 18-му столітті, економісти намагались визначити джерела та причини економічного зростання, починаючи з дослідженнь Адама Сміта про поділ праці й багатство народів, аналізу Джозефа Шумпетера про важливість інновацій в умовах капіталізму в середині 20-го століття. Після Другої світової війни у 1956 році підхід Роберта Солоу дозволив запропонували уніфікований підхід, згідно якого економічне зростання є ультимативно визначеним екстра-економічними, екзогенними факторами, такими як технологічний прогрес.

Добре відомо, що інвестиції в освіту призводять до широкого спектру неекономічних переваг та позитивних змін. Створення економічно відповідних знань, навичок і компетенцій дозволяє отримати переваги через радикальне підвищення у продуктивності виконання робіт працівниками у сфері охорони здоров'я, боротьби зі злочинністю, виховання дітей, участі у громадському житті соціуму та соціальної згуртованості. Існує явна кореляція між рівнем освіти та рівнем злочинності чи навіть незначного порушеннями громадського порядку. Це саме стосується і етнічних війн. Крім того, застосування знань має фундаментальне значення в сфері надання допомоги

«проблемним суспільствам», країнам та регіонам, в яких відбуваються структурні перетворення, перебудови або ж більш масштабні відбудови після військових конфліктів, техногенних катастроф чи кризових явищ.

Знання також має вирішальне значення в процесі прийняття політичних рішень. Насправді, більшість стратегій розвитку засновані на виявленні і розповсюдженні передової політичної практики в усіх аспектах державного чи регіонального управління. Такі знання можуть бути придбані шляхом спільних заходів, ознайомчих поїздок, стажувань, експериментів, і так далі. Знання і застосування практичного досвіду управлінців, що працювали в різних місцях та сферах є основою прагматичних підходів до стратегії і політики розвитку. Це має бути доповнене глибоким знанням особливостей суспільства, в якому будуть реалізовані подібні (аналогічні) політичні чи управлінські заходи.

Загалом варто зазначити, що канали, за якими знання сприяють розвитку є більш ефективними, тобто вони дозволяють отримувати більш помітні результати в тих суспільствах, де наявний певний перелік умов:

1) добре розвинуті механізми для забезпечення передачі ідей від одного часового періоду часу до іншого (існує політична стабільність);
2) розвинуті механізми для передачі з одного місця в інше (наявна регіональна рівномірність розвитку);
3) відсутні ментальні кордони чи межі, які б гальмували вільне переміщення знань та ідей між різноманітними соціальними групами.

Щодо першого пункту варто відзначити, вільна передача знань може бути забезпечена при умові існування політичної стабільності. Це пов’язано з тим, що деякі заходи демонструють результати через певний час. Протягом цього часу їм потрібна інституційна чи політична підтримка, оскільки новий управлінець може змінити курс чи вектор соціально-економічного,

політичного розвитку, не одержавши результату. Таким чином, затрачені ресурси та знання будуть даремно витраченими.

Стосовно другого пункту умов слід вказати, що для ефективної роботи знань потрібна рівність в плані економічного розвитку, свобод, світоглядів. Оскільки очевидно, що при наявності певних диспропорцій, прогалин у розвитку бодай одного регіону виникають проблеми з імплементацією знань або ж ефективністю їх роботи.

З приводу ментальних кордонів, згаданих у третьому пункті, можна з впевненістю стверджувати, що знання можуть вільно поширюватись і давати плоди тільки при умові наявності рівно однакового сприйняття цих знань (ідей) між різноманітними соціальними чи іншими групами.

Плачевним прикладом може слугувати політична ситуація в Україні, яка склалась після Революції гідності, коли існували певні викривлення у сприйнятті західного, європейського вектора розвитку у східних регіонах нашої держави. Зрозуміло, що населення було піддано сильному інформаційному впливу та пропаганді, але навіть не зважаючи на це, громадяни нашої держави, що мешкають на цих територіях певною мірою недолюблювали, не сприймали або, по крайній мірі, не розуміли європейського напрямку економічної, політичної та ментально-соціальної інтеграції України.

Виконання перелічених вище умов дозволяє досягти ефекту синергії у аспекті розвитку регіону чи країни, де планується упровадження інновацій, в такому разі вся сукупність буде ефективно працювати як один організм і знання будуть «засвоєні» найпродуктивнішим чином.

Як вже згадувалось, знання мають змогу докорінно змінювати економіку. Суспільства одне за іншим вступають в нову постіндустріальну епоху протягом декількох останніх десятиліть. Швидкий прогрес в області мікроелектроніки призводить до автоматизації максимальної кількість сфер людського життя. Інтернет змінив все аспекти сучасної комунікації. Роль

виробництва в традиційному, класичному розумінні в економіці зменшилася, в той час як стрімко збільшився генерація доданої вартості у сфері послуг.

Великі транснаціональні корпорації є найбільш близькими до епіцентрів крос-кордонної торгівлі, іноземних інвестицій і передачі технологій і знань, яка невпинно залучає все більше і більше учасників. Це не потребує особливих пояснень, адже зрозуміло, що великим компаніям це критично важливо для забезпечення свого існування і вони мають у своєму розпорядженні достатню кількість ресурсів та потужностей для інноваційно-дослідницької діяльності. Саме таким компаніям зобов'язаний нечуване зростання частки світової торгівлі. За оцінками, ними забезпечується від 30 до 40 відсотків міжнародної торгівлі [433, с. 1-10]. Саме на транснаціональні компанії припадає основна частина інвестиційної діяльності, прикордонного і транскордонного, міжрегіонального співробітництва, саме вони є провідними генераторами і розповсюджувачами інновацій.

Також спостерігається зміна композиції основних генераторів валового внутрішнього продукту країн. Паралельно з підвищенням продуктивності і автоматизації виробничої діяльності, зросла відносна значимість сектора послуг. У розвинених країнах, дана сфера займає близько 70 відсотків з усієї зайнятої частини населення (рис. 4.7.).

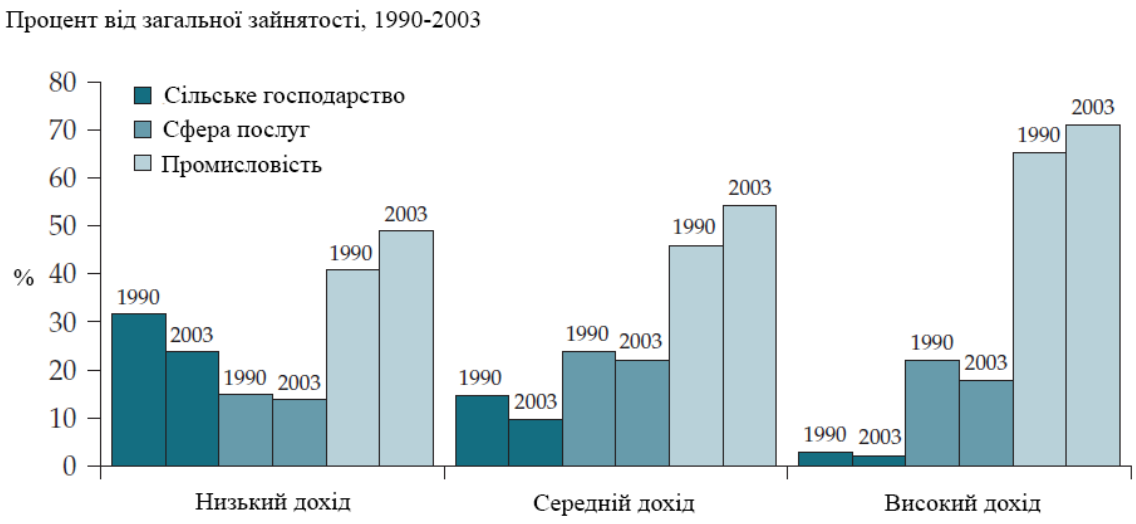


Рис. 4.7. Зростання частки сфери послуг у структурі валового внутрішнього продукту

Джерело: За результатами досліджень Світового банку [434, с. 28].

Послуги, що вимагають більш високої кваліфікації (наприклад, фінансові, телекомунікаційні) ростуть біль динамічно. Цікавим є факт, що дана тенденція стосовно відповідальних і складних послуг також спостерігається і в країнах з низьким та середнім рівнем доходу. А її наслідки виходять далеко за межі сфери надання послуг. Послуги інтенсивно використовуються у виробництві всіх товарів; вони складають, за оцінками, від 10 до 20 відсотків (а в деяких випадках навіть більше) у структурі собівартості товарів, що виробляються в промисловості та сільському господарстві [434, с. 1-10].

Відповідно до цих змін, вища освіта стала значно більш поширеною порівняно з попередніми поколіннями (рис. 4.8.). Поява та розвиток класу працівників розумової праці трансформує робочу силу, якій все частіше доводиться діяти не механічно, а креативно. Це проявляється у всіх секторах як серед розробників програмного забезпечення, так і серед медичних працівників, що піклуються і спостерігають через комп’ютерну техніку за здоров’ям пацієнтів у лікарнях, фермерів, які керують автоматичними стайнями і так далі [434].

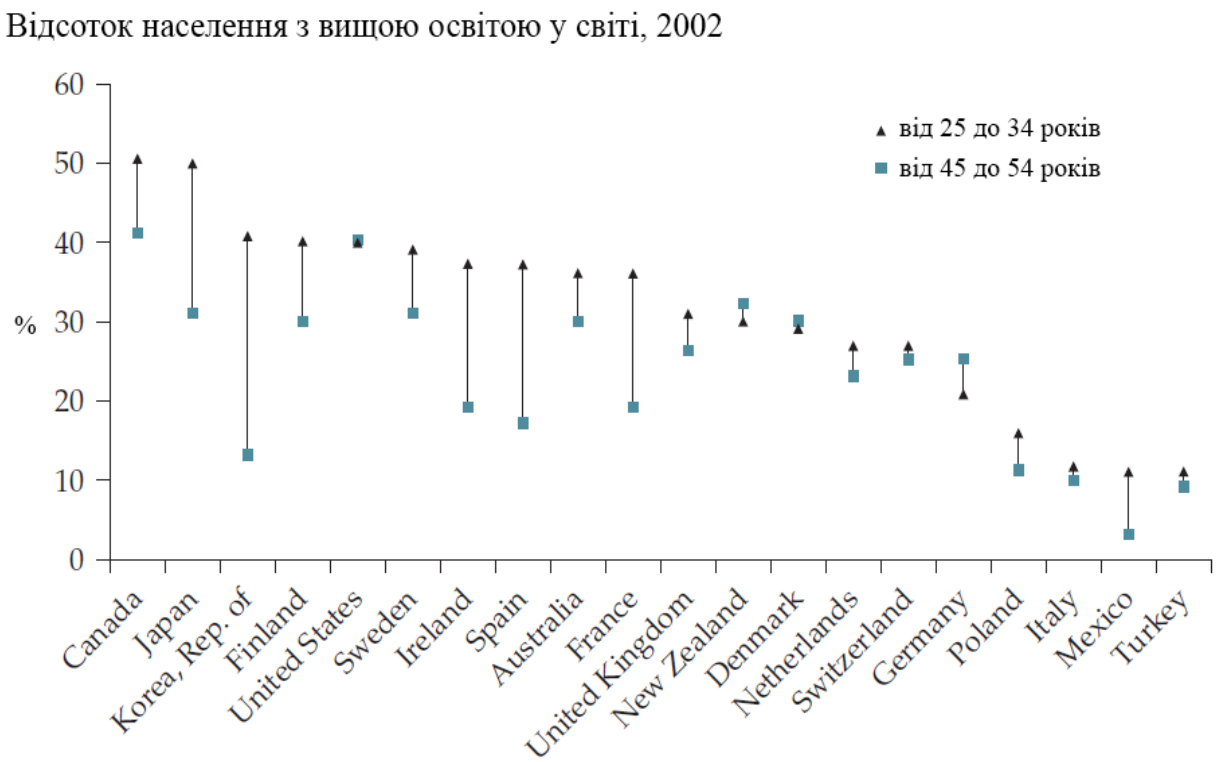


Рис. 4.8. Підвищення значимості та ваги людського капіталу в світі

Джерело: За результатами досліджень Світового банку [434, с. 28].

Хоча на глобальному рівні дослідження про вплив економіки знань на створення кардинально нових робочих місць і збільшення кількості вже існуючих на сьогодні економічною наукою точно не визначений, проте у країнах з розвинутою економікою подібні підрахунки вже почали здійснювати. Брінклі та Лі вивчили темпи створення нових робочих місць в секторах, заснованих на знаннях і секторах з низьким рівнем знань в Європейському союзі і Сполучених Штатах протягом 10-річного періоду [338] (Табл. 4.3).

Таблиця 4.3.

Створення робочих місць у економіці знань по регіонах Європи та США

Сектори	Зміни у кількості професій, 1995-2005	
	США	EU-15
Високо-середнє технологічне виробництво	-15,7%	-2,4%
Послуги, що базуються на знаннях	+27,2%	+30,7%

Вся діяльність, що базується на знаннях	+20,9%	+23,9%
Низько-середнє технологічне виробництво	-18,3%	-7,5%
Виробництво, що меншим чином базується на знаннях	+12,7%	+13,5%
Вся діяльність, що не базується на знаннях	+10,2%	+5,7%
Загальна зайнятість	+14,0%	+12,6%

Джерело: Брінклі, Лі [338]

Цими вченими було виявлено, що засновані на знаннях галузі, забезпечують в два рази більше нових робочих місць в Сполучених Штатах і в чотири рази більше в Європі. Правда, варто відмітити, така розбіжність може частково пояснюватись тим, що оскільки їх дослідження європейської економіки базувались на даних ОЕСР, у якої критерії відношення галузей до економіки знань деяким чином відрізнялись від таких у США.

У більшості економічно розвинутих країн інвестиції у нематеріальні активи (до яких відносять також інвестиції у науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи) на сьогодні є більш важливими ніж інвестування в капітальні блага (рис. 4.10). Інвестиції в знання в процентному відношенні до ВВП серед країн Організації економічного співробітництва і розвитку збільшились майже на 1 відсоток за період 1994-2002 років, в той час як інвестиції у обладнання і машини зменшилися на 0,5 відсотка.

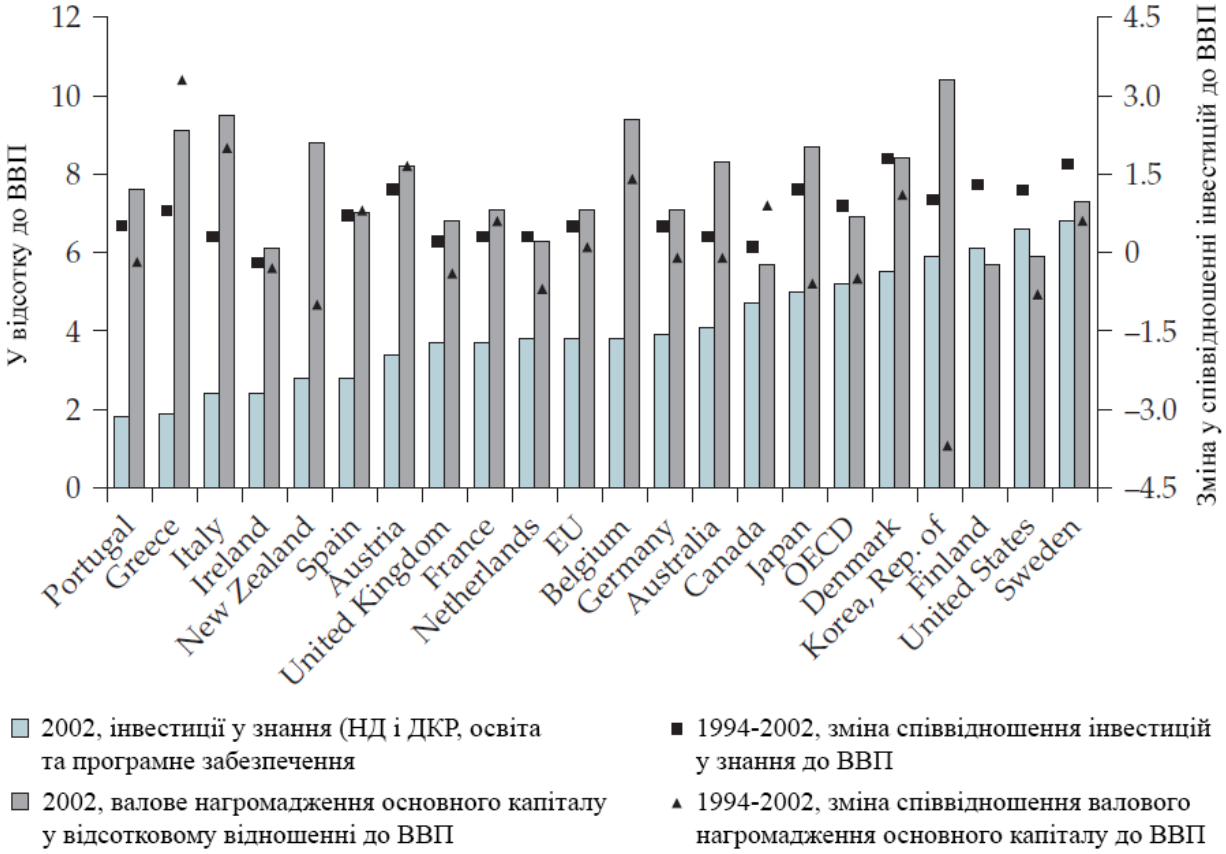


Рис. 4.9. Інвестиції у знання як частка у ВВП по країнах світу, 2002

Джерело:ОЕСР [465].

Інноваційні процеси змінюються достатньо помітно: наука і промисловість більш тісно інтегровані, і період підготовки до масового випуску нових продуктів стає набагато коротшим. Крім того, глобалізація науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт стає реальністю. Більше половини з усіх заявок у американські та європейські патентні офіси мають закордонне походження. Також близько 14 відсотків усіх патентних заявок на розробки та нововведення повністю перебувають у власності або у спільному володінні з іноземним резидентом [465].

Ще одним аспектом трансформації процесів економічного розвитку, економіки заснованої на знаннях, є підвищення актуальності значення локального виміру, втіленого у терміні «глокал» (glocal). Даний термін поєднує поняття «глобальний» і «локальний» в одному тлумаченні. Інновацій та пов'язане з ним зростання відбуваються там, де підприємництво має доступ

до добре розвинутої інфраструктури і сприятливих умов життя. Крім того, підприємства розвиваються в кластерах підвищеної активності в сфері міжнародних відносин та зв'язками з міжнародними мережами. Це призвело до втрати ієрархії у відносинах як на національному, місцевому, так і на міжнародному рівнях (Рис. 4.10).

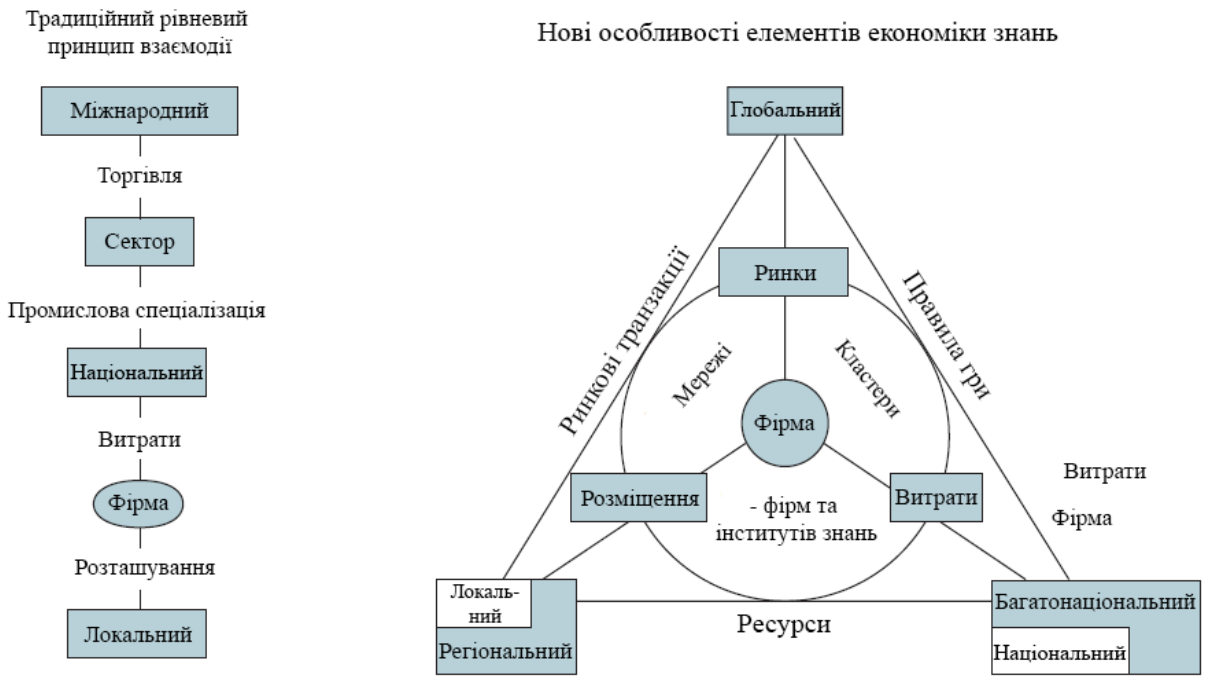


Рис. 4.10. Нова форма конкурентної арени в умовах економіки знань

Джерело: склав автор за OECD [465].

Міжнародні правила торгівлі традиційно визначається конкуренцією сектора і спеціалізацією в національних рамках, до яких окремі підприємства приєднані і які визначають оптові витрати, роздрібні ціни і інші економічні показники. У схемі роботи, яка на сьогодні формується, взаємодія між глобальними та національними органами визначають правила гри, в той час як взаємодія між глобальними і місцевими організаціями складають основу ринкових відносин, а також національно-локальні відносини визначають суспільні ресурси. Фірми працюють в кластерах і, в основному, через міжнародні мережі (в т.ч. постачальників, клієнтів, наукових та технічних дослідників/розробників).

Саме по причині усього вище переліченого і виник сам термін економіка знань. Сама її суть є ширшою, ніж високотехнологічна або нова економіка, які тісно пов'язані з Інтернетом, і вона є навіть більш широкою, ніж часто згадувана у науковій літературі категорія інформаційного суспільства. Її підґрунтями існування є створення, розповсюдження, та застосування у практичні і господарській діяльності знань. Економіка знань є тим поняттям, в якому знанням-активам навмисно надається більш важливе значення, ніж капіталу і трудовим активам, а також місцем де кількість і привабливість цих знань дуже сильно проникає у всі явища і процеси економічного буття та суспільної діяльності.

Промислово розвинені країни, в яких фактично виник термін економіки знань з новими реаліями справляються нерівномірно [465]. Країни Північної Америки, швидко скористалися новими можливостями, які надають більш високі темпи зростання і більш високі характеристики продуктивності, що спостерігались за останні 15 років.

Розриви у доходах на душу населення між Країнами Північної Америці і Європи збільшилися. Невеликі Європейські економіки, такі як Фінляндія та Ірландія через свій динамізм ефективно використали свої моделі зростання, засновані на знаннях і підвищенні конкурентоспроможності, а більші, інерційніші континентальні країни, такі як Франція і Німеччина, які до цього були в лідерах технологічних і виробничих перегонів в останні десятиліття мають певні труднощі із пристосуванням до нових умов. В той же час Японія пережила важке десятиліття з повільним зростанням, що було викликане цілим рядом чинників, але, тим не менше, продовжує нарощувати активи економіки знань, наприклад, за рахунок збільшення витрат на фундаментальні дослідження задля підтримки конкурентоспроможності своїх глобальних виробничих компаній. Республіка Корея, тим часом, активно приступила до імплементації концепцій економіки знань з метою пришвидшення ліквідації негативних наслідків, які були отримані через фінансову кризу 1997-98 років.

Існує сильна кореляція між продуктивністю інновацій, сукупної продуктивності факторів виробництва і економічного зростання (Рис. 4.11). Країни північної Європи та англомовні країни, в цілому, демонструють кращі ніж у інших результати.

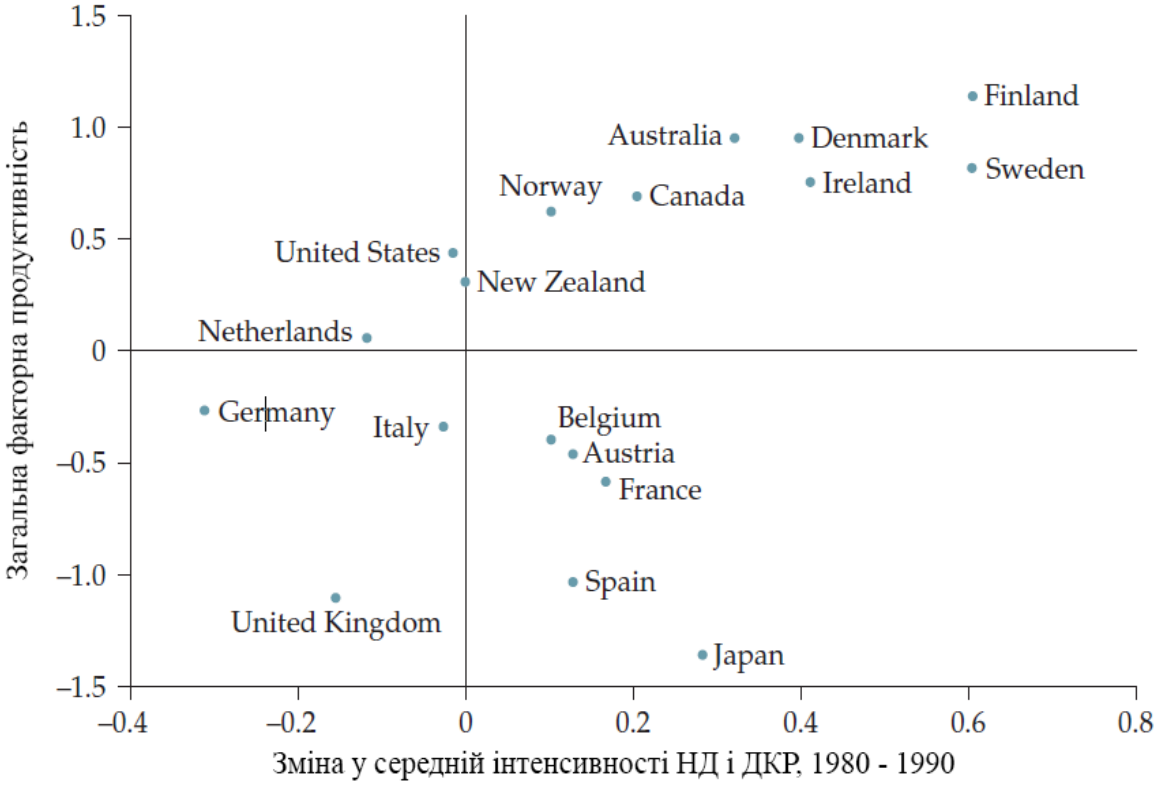


Рис. 4.11. Флуктуації інновацій зі змінами загальних факторів продуктивності й економічного зростання

Джерело: OECD [465].

Країни Східної Європи з перехідною економікою зіткнулися з труднощами та не можуть впоратися з новими конкурентними викликами, які засновані на знаннях. Хоча слід зазначити, що вони все ж отримали переваги і користь від значних інвестицій в освіту і науку, зроблених у попередніх періодах. Звісно, є винятки. Так, невеликі країни, такі як Угорщина, Словенія та Естонія повною мірою скористалися із ефектів європейської інтеграції та розширення. Естонія, зокрема, застосувала агресивний підхід економіки знань.

Глобалізація і революція знань створюють як проблеми, так і можливості для країн, що розвиваються. З одного боку, існує загроза

розширення в існуючому розриві у знаннях та розвитку з промислово розвиненими країнами. Дійсно, науково-дослідні та інноваційні можливості виміряні за допомогою звичайних показників науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт інвестицій (витрати на ці розробки, кількість наукових працівників, дослідників) і вихідних потоків (кількість наукових статей, патентів) мало б бути більш концентрованими в промислово розвинених країнах.

Проте, щоб стати динамічною економікою знань зусиль потрібно прикласти більше, ніж для досягнення позитивної динаміки зростання у традиційній економіці. Тоді лідерство у конкурентній боротьбі було питанням капітальних вкладень в природні ресурси або низької вартості, великої кількості некваліфікованої робочої сили. Тепер ж перед світовою конкуренцією основним завданням виступає сходження по драбині ланцюгів доданої вартості. І успіх у підйомі означає модернізацію робочої сили, забезпечення ефективних телекомунікаційних інфраструктур та матеріально-технічного забезпечення.

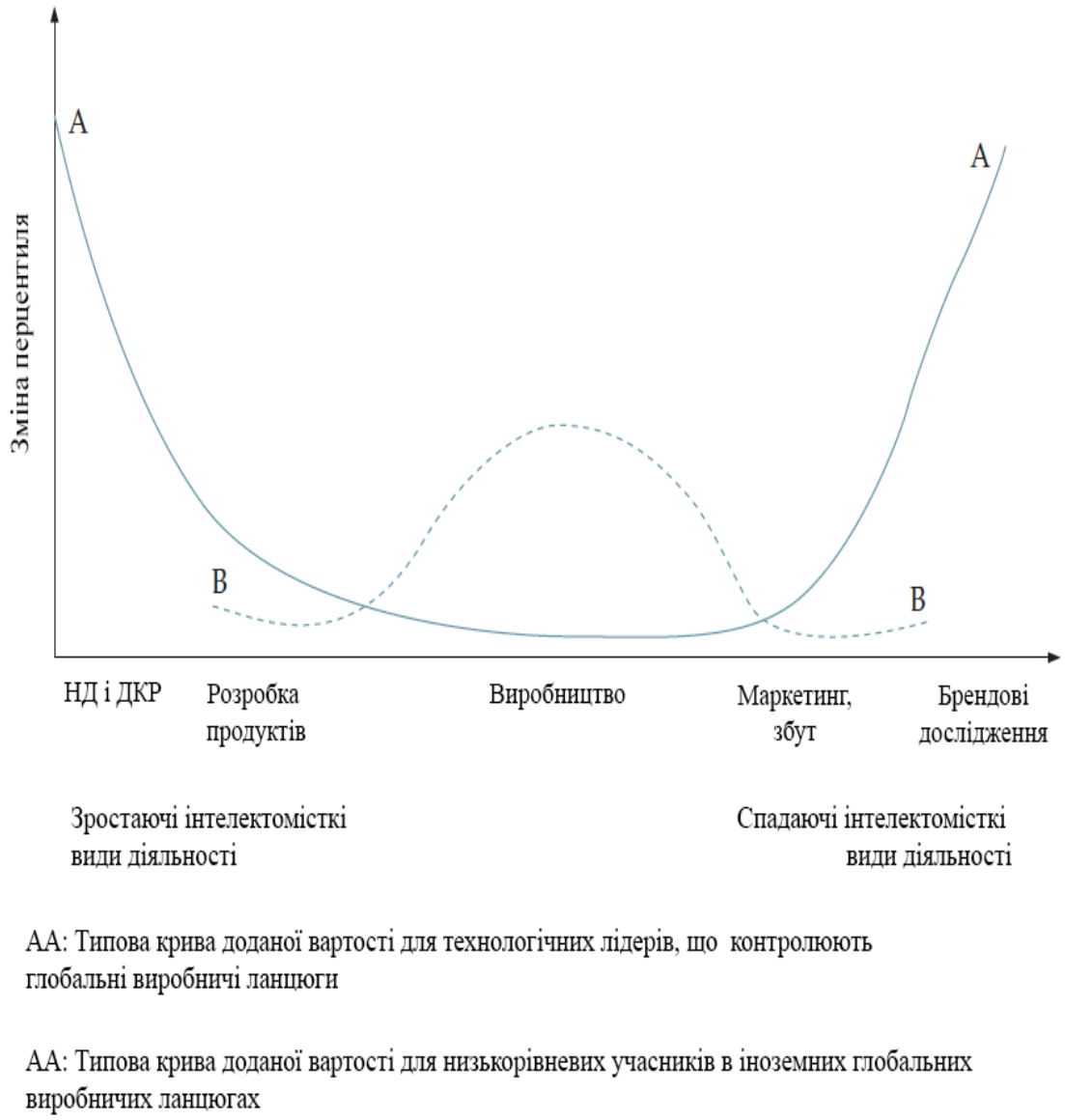


Рис. 4.12. Типовий поділ праці у глобальних виробничих ланцюгах

Джерело: World Bank [434]

Економіка знань вимагає значного сегменту високо освічених людей, а не просто населення з базовою чи середньою освітою. У той час як низький рівень витрат на робочу силу сам по собі викликає приріст прямих іноземних інвестицій та стимулює економічне зростання, при цьому виникає загроза того, що економіка країни перетвориться у виробничий придаток, найнижчий щабель у ланцюгу доданої вартості, що, як вже зазначалось в майбутніх умовах невпинного росту економіки знань є дуже негативним для країни ефектом.

4.2. Структурні особливості економіки знань та їх вплив на розвиток підпрємництва регіонів.

На сьогодні будь-який регіон чи підприємство (особливо мале та середнє) є фактично структурним елементом країни, або ж регіонального утворення. Таким чином, відбувається наслідування властивостей (культури, менталітету працівників, рівня розвитку інфраструктури, ділових звичаїв і т.д.) більшого структурного елемента країни в цілому. Саме тому не можна розглядати соціально-гуманітарний розвиток в ракурсі економіки знань з відривом від країни перебування, ведення господарювання, виробничо-збутової діяльності окремого підприємства чи регіону. Феномен економіки знань доцільно розглянути в ракурсі держави, як в тій чи іншій мірі підтримує та стимулює розвиток згаданих структурних одиниць.

Тому, розглядаючи з більш високого рівня означену проблематику варто зазначити, що актуальність економіки знань підтверджується і тим фактом, що міжнародні організації регулярно у різних формах здійснюють всебічну підтримку слабко розвинутих економік саме через стимулювання інновацій та росту інтелектуального капіталу. Так, основними завданнями програми Світового банку «Знання заради розвитку» є підвищення обізнаності національних політичних лідерів в тому, що знання є надзвичайно потужним чинником зростання економіки. Ідеєю є стимулювання економічних суб'єктів через поєднання вирішення глобальних та місцевих проблем через знання, підкреслюючи порівняльні переваги, і допомагаючи лідерам побудувати інститути, які сприяють, а не перешкоджають малому бізнесу та фізичним особам-підприємцям використовувати конкурентні переваги, доступні для великих потужних компаній та транснаціональних корпорацій, які вже володіють і ефективно оперують інформаційними ресурсами.

Програма «Знання заради розвитку» була націлена на такі країни як Аргентина, Бразилія, Чилі, Китай, Індія, Корея, Мексика, Росія, Катар, Сенегал, Танзанія, Туніс та Туреччина. Основними завданнями була допомога

цим країнам підготувати їх економіки до подальших трансформацій, що базуються на знаннях у формі надання рекомендацій, планів розвитку та ін. Тому вивчити досвід та бачення структурних особливостей економіки знань однієї з найбільш впливових міжнародних організацій є доцільним.

Найбільш значущим висновком, який було зроблено в результаті проведення програми «Знання заради розвитку» є твердження, що інтелектуальні потужності, що базуються на знанні та інноваціях є найбільш універсальним ресурсом, який здатний забезпечити процвітання та швидкий розвиток як для країн з слабкою економікою, так і для економічно розвинутих. Основні висновки-постулати, що були отримані в результаті провадження цієї програми були наступні [484, 307]:

- Знання та інновації завжди відігравали важливу роль в економічному і соціальному розвитку. Але глобалізація і технологічна революція останніх декількох десятиліть зробили знання ключовим фактором конкурентоспроможності і глибоко зміни форми й закономірності економічного зростання і ділової активності в світі. Як розвинені і країни, так і країни, що розвиваються повинні розглянути своє майбутнє у світовій системі, де знання є найціннішим ресурсом;
- Для того, щоб країна отримала успішну економіку знань, лідери повинні працювати одночасно над створенням бази для їх інноваційних систем, над інформаційно-комунікаційними аспектами технологічної інфраструктури. Це приведе до появи економічного та інституційного режиму високої якості. Стратегії повинні бути адаптовані до особливостей країни та специфіки її розвитку. Також потрібно розуміти, що прогрес, як правило, є поступовим, але деякі країни змогли досягти значних результатів протягом десятиліття;
- Деякі з країн, що домоглися швидкого прогресу організували загальнонаціональні програми реформ. Одними із їх загальних концепцій була необхідність зміцнення довіри і соціальної згуртованості навколо програми розвитку економіки знань. Інші концепції наведені у таблиці 4.4.
-

Таблиця 4.4.

Ключові засади (фактори) створення та функціонування інноваційної економіки знань.

Фактор 1 Економічний та інституційний режим	Фактор 2 Освіта та навички	Фактор 3 Інформація та комунікаційна інфраструктура	Фактор 4 Інноваційна система
Економічний та інституційний режим в країні повинні забезпечувати стимули для ефективного використання наявних знань, придбання нових знань, а також застосування їх як в економічній діяльності, з метою підвищення продуктивності, підвищення якості інновацій, алей також сприятливі умови для заснування нових підприємств	Населення країни потребує здобуття освіти на навичок, що дозволили б їм створювати та обмінюватись знаннями та використовувати їх для благих цілей	Динамічна інформаційна інфраструктура необхідна для сприяння ефективній комунікації, поширення та обробки інформації	Інноваційна система країни це фірми, науково-дослідні центри, університети, аналітичні центри, консультативні та інші організації, які повинні бути здатними торкнувшись зростаючого запасу світових знань, асимілювати і адаптувати його до місцевих потреб, а також створити технології, які лежать в основі розробка нових продуктів і процесів і які можуть конкурувати на міжнародних ринках

Джерело: адаптовано автором на основі [484, 307]

Однією із найважливіших проблем, які постають перед сучасними науковцями є вимірювання (ефективності) та оцінка діяльності економіки

знань. Дана проблема загострюється тією складністю, що даний термін, як вже згадувалось вище, є дуже багатогранним. В рамках проведення програми «Знання заради розвитку» Світовим банком запропоновано методологію оцінки знань.

Першим кроком у створенні національної економіки знань є усвідомлення сильні сторони тієї чи іншої країни так само як і слабких. Це стосується і аналізу реальних і потенційних конкурентів. Країни повинні потім сформулювати їх цілі та розробляти політику і інвестиційні програми для їх досягнення.

В рамках програми «знання заради розвитку» було розроблено інтерактивний онлайн-інструмент порівняльного аналізу, оцінки знань. Методологія оцінки знань дозволяє країнам визначити проблеми та можливості, з якими вони стикаються в процесі переходу до економіки знань, а також види політики, які необхідно заохочувати для притоку майбутніх інвестицій. КАМ може допомогти науковцям і політикам, що займаються національною оцінкою загального рівня знань, для розуміння рівня готовності їхньої країни до трансформації у економіку знань. У відповідь на введені дані користувача, даний програмний засіб миттєво генерує діаграми, які показують, як економіка заданої країни співставляється з іншими країнами у різних аспектах економіки знань.

Веб-статистика показує, що використання цього інструменту продовжує зростати через свою простоту використання, прозорості та доступності. Він широко використовується урядовими чиновниками, політиками, посадовими особами, науковцями, представники громадянського суспільства та приватного сектора. З її допомогою забезпечується підґрунтя для політичних дискусій між Світовим банком і країнами-клієнтами.

Методологія оцінки знань була застосована для формування доповідей про стан розвитку та місце у світовій економіці знань для ряду країн на близькому сході та північній Африці, а також для Китаю, Фінляндії, Індії, Японії, Кореї, Мексики, Сенегалу, Танзанії Катару.

Методологія вимірювання знань базується на основі вимірювання 83 структурних і якісних змінних, які служать в якості індикаторів для чотирьох основних факторів економіки знань, описаних вище.

Графічно ця методологія пропонує кілька варіантів (встановлених режимів) відображення для простої візуалізації таких як основні системи показників, що демонструють показують схожість, відмінності, переваги та слабкі місця в різних країнах. Окрім цього можливо встановити режим аналізу країни і міжкраїнне порівняння за обраними користувачем показниками.

Прикладом візуалізації цього методу може бути порівняння Китаю та Індії у аспекті знань та інновацій (рис. 4.13). Так, видно, які саме індикатори використовуються для аналізу країн. Аналізуючи таку діаграму можна порівнювати країни чи регіони (в транскордонному та національному розрізі), і можна визначити, на які аспекти потрібно приділити увагу, який саме елемент структури економіки знань потребує найбільшої уваги.

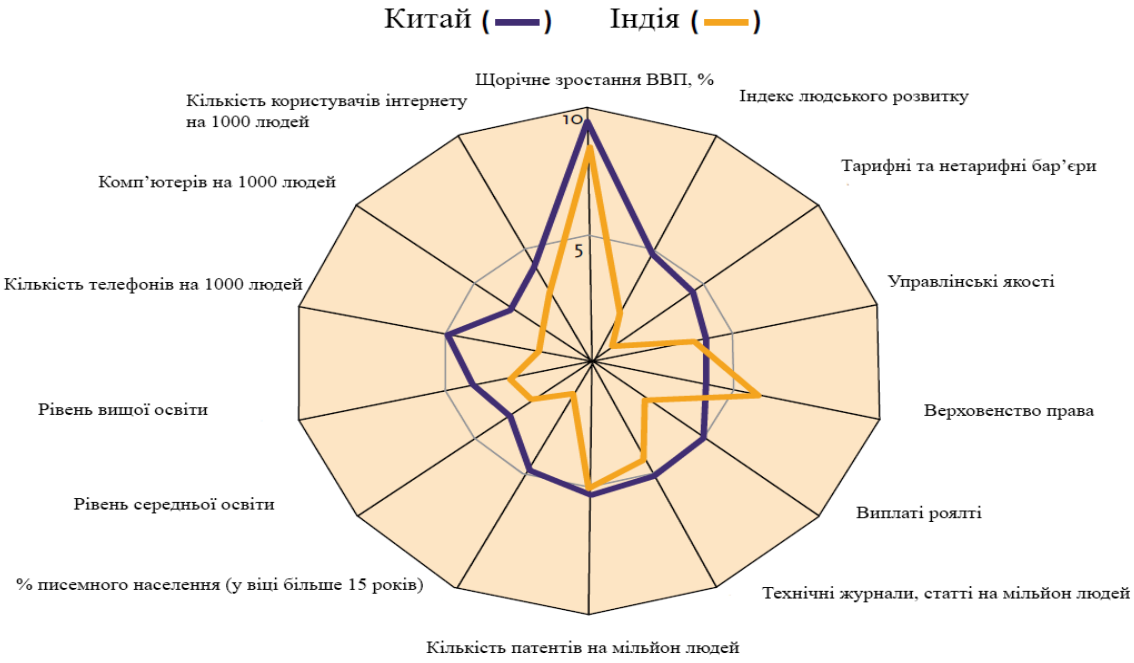


Рис. 4.13. Вимірювання інтелектуальної потужності країн базуючись на методології вимірювання знань Світового банку.

Джерело: World Bank [484, с.10]

Завдяки цьому стає можливим застосування міжнародного досвіду, причому використовуючи такий графічний аналіз при прийнятті рішень доцільно брати за зразок саме той елемент структури, економічний процес, явище або реформу, яка відповідає проблемній зоні країни, в якій аналогічні явища вже спостерігались. Більш детальний розгляд системи показників наведений у таблиці 3.5.

Таблиця 4.5.

Детальний аналіз чотирьох основних факторів методології оцінки знань країни

Фактор	Індикатор
Економічний та інституційний режим	- Тарифні та нетарифні бар'єри - Якість управління - Верховенство права
Рівень освіти та володіння населення професійними навичками	- Рівень письменності серед дорослого населення - Рівень середньої освіти - Рівень вищої освіти
Інформаційна інфраструктура	- Кількість телефонів на 1000 жителів - Кількість комп'ютерів на 1000 жителів - Кількість інтернет-користувачів на 1000 жителів
Рівень інновацій	- Обсяг надходження за роялті-платежами в доларах США на одного працівника - Кількість технічних журналів на мільйон жителів - Кількість патентів резидентів на мільйон жителів

На основі цієї методології Світовим банком розроблено комплексний індекс рівня розвитку економіки знань (англ. knowledge economic index KEI) який враховує наведені вище 12 індикаторів, які відповідають цим чотирьом факторам розвитку економіки знань. Він є простою середньою нормалізованих значень цих індикаторів і зазвичай знаходиться на проміжку між 0 (найслабший рівень розвитку економіки знань) і 10 (відповідно найсильнішим). За допомогою цього показника стає можливим порівнювати

країни, в тому числі динаміку розвитку знань в часі. Так, Україна за комплексним показником рівня розвитку економіки знань знаходиться на 52 місця із 140 країн, наведених у рейтингу Світового банку.

Так на рисунку 4.14 наведено порівняння країн і регіонів відносної продуктивності економіки знань за двома часовими періодами. Вище діагональної лінії відмічені країни, які підвищили рівень інтелектуалізації своєї економіки за вказаний часовий проміжок, ті які вище навпаки демонструють спадання. Найбільш розвинені країни отримали найвищий індекс розвитку економіки знань, вони групуються в верхньому правому куті на рисунку. Країнах з низьким рівнем доходів зосереджені в нижньому лівому куті. Їх низькі позиції на індексі KEI дозволяють припустити, що вони могли б досягнути кращих результатів, якби використовували знання як важіль для свого розвитку. Важливо відзначити, що деякі країни, які були з низьким рівнем доходу в 1995 році, такі як Китай, поліпшили свої відносні положення, що відображають наздоганяючу тенденцію.

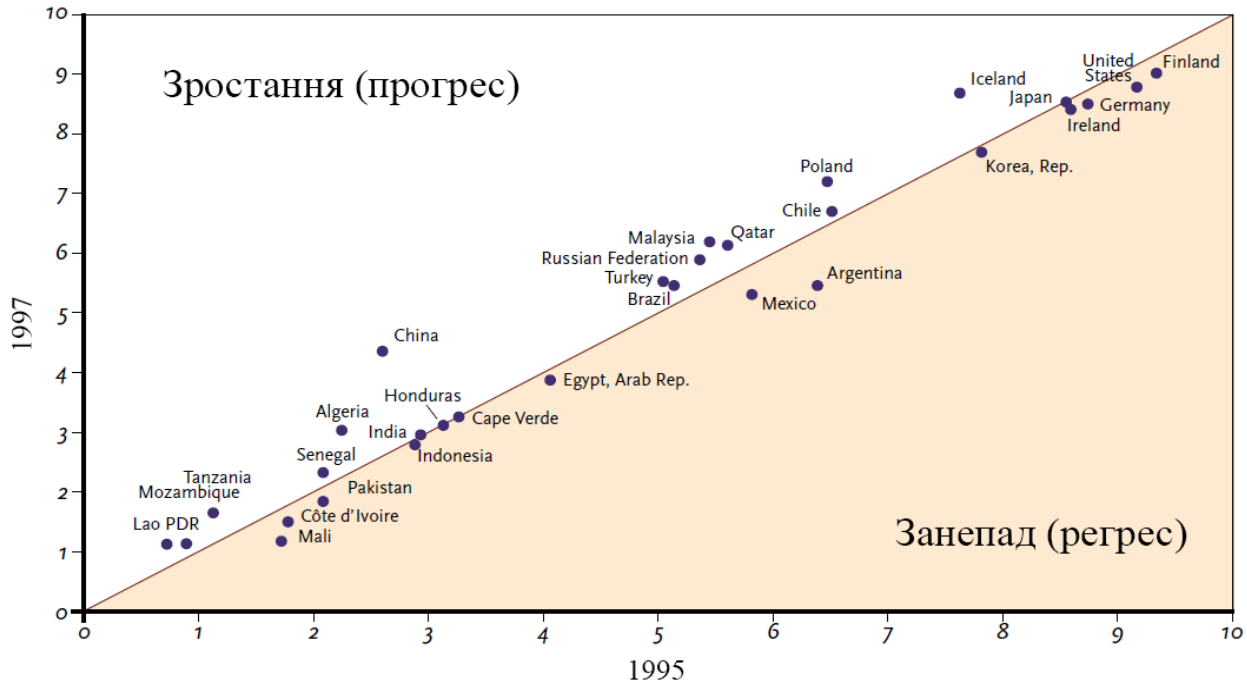


Рис. 4.14. Динаміка зміни комплексного показника розвитку економіки знань (відношення показника у 95 та 97 роках по країнах світу)

Джерело: дані Світового банку [318, с.12]

Виявлено, що загальний економічний розвиток має тісну кореляцію із розвитком знань. Країни з більш високим рівнем культивування знань, як правило, мають більш високий рівень економічного розвитку, і навпаки. Проте ця тісна кореляція не встановлює чіткого причинно-наслідкового зв'язку між KEI і економічним розвитком, адже цілком ймовірним є твердження, що країни з високим рівнем розвитку, мають достатню кількість вільних ресурсів і можуть дозволити собі більше інвестицій в знання [319, с.25]. Проте, економетричні тести насправді показують, що існує статистично значний причинно-наслідковий зв'язок між рівнем накопичення знань по KEI та економічного зростання в майбутньому.

На рисунку 4.15 наведено залежність між KEI країни та її середнім майбутнім темпом зростанням ВВП на душу населення. На горизонтальній відкладено бали KEI за 1995 рік після врахування відмінностей в початковій реального ВВП на душу населення і Зростання капіталу на одного працівника. За вертикальної осі позначено річне зростання одних і тих же країн у розрахунку на одного працівника, в середньому за роки 1996-2006, після врахування відмінностей у вихідній реальної ВВП на душу населення і зростання капіталу на одного працівника.

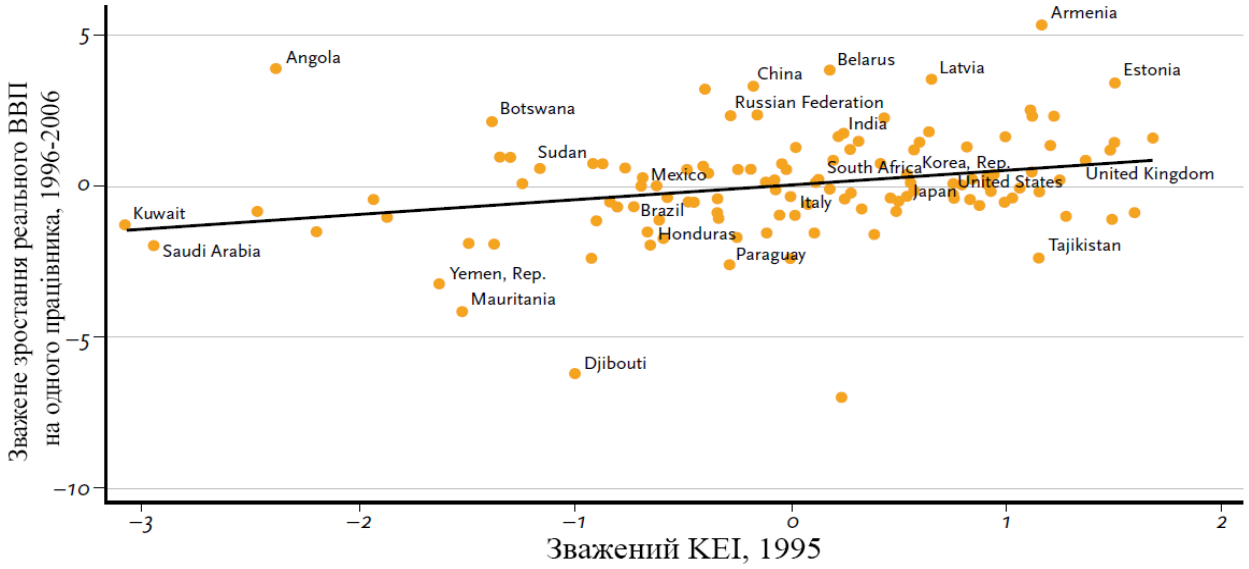


Рис. 4.15. Кореляція між майбутнім економічним зростанням країни та нагромадження знань у економіці.

Джерело: World Bank [318]

Україна на цьому графіку не зображена, проте в рейтингу Світового банку наша країна поступається на 4 позиції за комплексним показником KEI, тому певні паралелі все ж можна провести. За іншими показниками результати також схожі, окрім одного режим економічних ініціатив у Російської федерації 1.55, в України 4.06 пункти.

Більш високі значення KEI на рисунку пов'язані з більш високими темпами економічного зростання в майбутньому (очевидно, при умові незмінності інших факторів) передбачають, що великі запаси знань дійсно призводять до більш високого рівня економічного зростання та розвитку. Поліпшення на одну одиницю індексу економіки знань призводить до збільшення економіки на 0,46 процентних пунктів, після врахування початкових умов. Ці важливі результати підтверджують, що знання і його застосування у всіх формах інновацій відіграють важливу роль у процесах росту. Тобто політики, що направлені на інтенсифікацію економіки знань є найбільш дієвим засобом економічного зростання держав та регіонів [456**Ошибка! Источник ссылки не найден.**, с.26].

Все це підтверджує актуальність інвестицій в інтелектуальний капітал нашої держави як одного з найголовніших інструментів розвитку регіонів та підтримки малого та середнього бізнесу в нашій державі. Тому, резюмуючи вищесказане, можемо зазначити, що подібних досвід слід використовувати для формування стратегічних пріоритетів інноваційного розвитку економіки знань в Україні.

Щодо рівня підприємства, на нашу думку, найбільш ефективним методом генерації знань та інновацій є концепція, запропонована Дж. Айпел, яка пропонує розпочинати інноваційний процес на основі конкретно існуючої та потребуючої нагального вирішення проблеми (рис. 4.12). Згідно основних положень автора безперервне створення знань вбачається джерелом безперервних інновацій. Безперервні ж інновації виступають джерелом стійких конкурентних переваг. Оскільки при введенні інновацій компанії не

просто обробляють інформацію в так званому напрямку «з зовнішні в середину», для того, аби вирішити існуючі проблеми і адаптуватися до умов, що змінюються. Часто вони створюють нові знання та інформацію, рухаючись навпаки, щоб визначати проблеми і рішення, і при цьому процесі відбувається фактично модифікація їх навколишнього середовища. Таким чином випливає той факт, що проблеми та виклики виступають центральними генераторами для безперервних інновацій, саме по причині їх виникнення з'являється не лише потреба, але й вимальовуються шляхи їх вирішення. Іншими словами саме проблемні питання, які виставляються споживачами, користувачами, клієнтами та ринками можуть спричинити, каталізувати інноваційні процеси. Таким самим чином щоденні проблеми працівників зайнятих у різних сферах знань можуть привести до інноваційних рішень і нових проривів або ноу-хау всередині підприємства. Але проблеми повинні бути повністю вирішеними для того, щоб створити ту чи іншу інновацію.

Також автор вважає, що створення інновацій і знань фактично є процесом навчання. По цій причині хорошим помічником можуть виступати напрацювання у сфері проблемо-орієнтованого навчання (англ. Problem-based learning) педагогічного підходу, що дозволяє прискорено вивчати предметну область через вирішення відкритих проблемних питань. Цей підхід може бути використаний в ролі інструменту і для вирішення завдань, які мають комплексну природу. Даний засіб успішно застосовується у провідних світових навчальних закладах протягом останніх декількох десятиліть, і він є особливо актуальним саме при вивченні складних для розуміння сфер науки. Тому ґрунтуючись на цих висновках використання такого методу для інновацій може бути успішним, особливо в тих сферах, де працівникам необхідні навички мислення вищого порядку. На виробничих ділянках сучасного підприємництва інженерні середовища є місцями, де вирішуються складні проблеми. Саме таку орієнтацію має пропонований Дж. Айпел підхід до створення інновацій.

З огляду на те, що фірми, які діють у високотехнологічних інноваційних сферах постійно стикаються із завданнями та проблемами, з якими ніхто раніше не стикався, які не мають висвітлення у науковій чи технічній літературі, то дана модель справді має сенс для упровадження і може використовуватись для управління і створення знань.

Іншою важливою причиною актуальності цього підходу є постійний стрімкий ріст компаній, при цьому наймаються нові працівники. При такому зростанні концепцію проблемно-орієнтованого навчання можна застосовувати для того, аби довести рівень знань новачків про деталі сфери діяльності підприємства, його продукції, виробничо-збутові процеси до необхідного рівня або ж просто для скорочення періоду ефективної адаптації [, с.4].

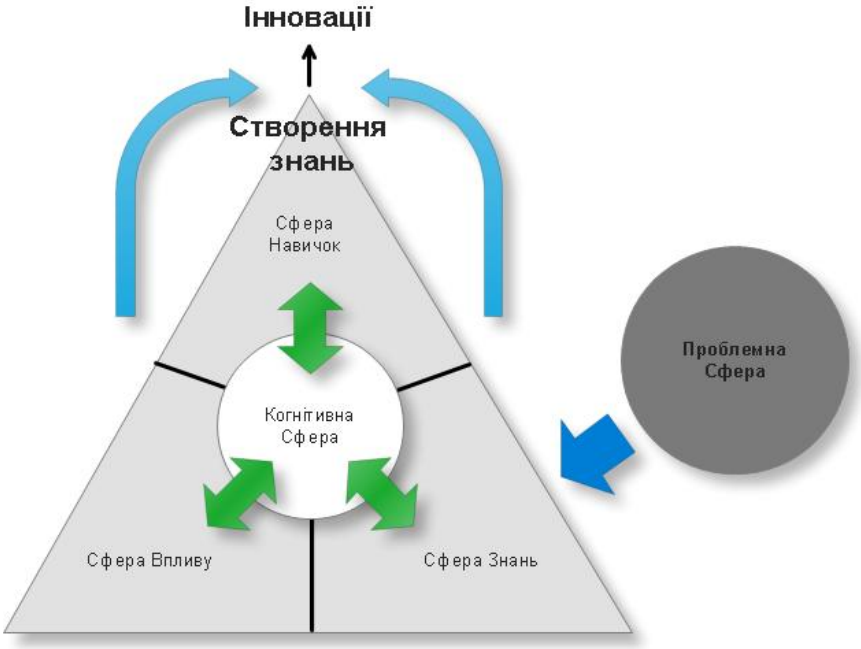


Рис. 4.16. Принципи створення знань на рівні підприємства

Джерело: За Дж. Айпел [424]

Описаний вище досвід є надзвичайно цінним, в тому числі й для українських підприємств, проте, на нашу думку, він прийнятний не у всіх випадках діяльності компанії, і, що особливо важливо, подібний метод може виявитись не ефективним при здійсненні регуляторних управлінських заходів на регіональному рівні. Це пов’язано з тим, що в ряді випадків можуть бути наявними певні ресурси, що доступні для модернізації та покращення певної

сфери, галузі чи регіону. Очевидно, що шляхів такого покращення може бути дуже багато. При цьому, конкретної проблеми, що потребує нагального вирішення може не існувати взагалі, або ж її суть може бути прихованою. Таким чином необхідним є проведення додаткових досліджень аби виявити наявні проблеми, або ж просто потенційні шляхи розвитку. Подібного роду пошуки самі по собі можуть бути інноваційними. Більш того, існує реальна можливість того, що потенційно знайдені проблеми матимуть цілком очевидне рішення, саме тому головною проблемою та основним засобом їх вирішення буде сам процес їх виявлення.

Більш того, подібний підхід не передбачає самого процесу пошуку проблеми, перетворюючись, таким чином на тактичний інструмент менеджменту підприємства. В той час як стратегічний аспект розвитку не буде витриманий. В сучасних реаліях ведення господарської діяльності в умовах глобалізації, у висококонкурентних середовищах підприємства та регіони потребує засобів, що дадуть їм можливість з достатньою точністю передбачати та прогнозувати події та світову кон'юнктуру. Саме тому подібний підхід може себе не оправдати.

4.3. Соціально-гуманітарні чинники функціонування економіки знань на регіональному рівні.

Одним із соціо-гуманітарних чинників, які можна спостерігати внаслідок появи економіки знань є соціальна концепція так званого безумовного базового доходу (рис. 4.17). Згідно цієї концепції кожному члену певної спільноти держава або ж інший соціальний інститут регулярно буде виплачувати певну суму грошей. Така виплата здійснюється всім членам спільноти не залежно від їх зайнятості, виду діяльності чи рівня доходу. При цьому у людей немає конкретного зобов'язання працювати взагалі.

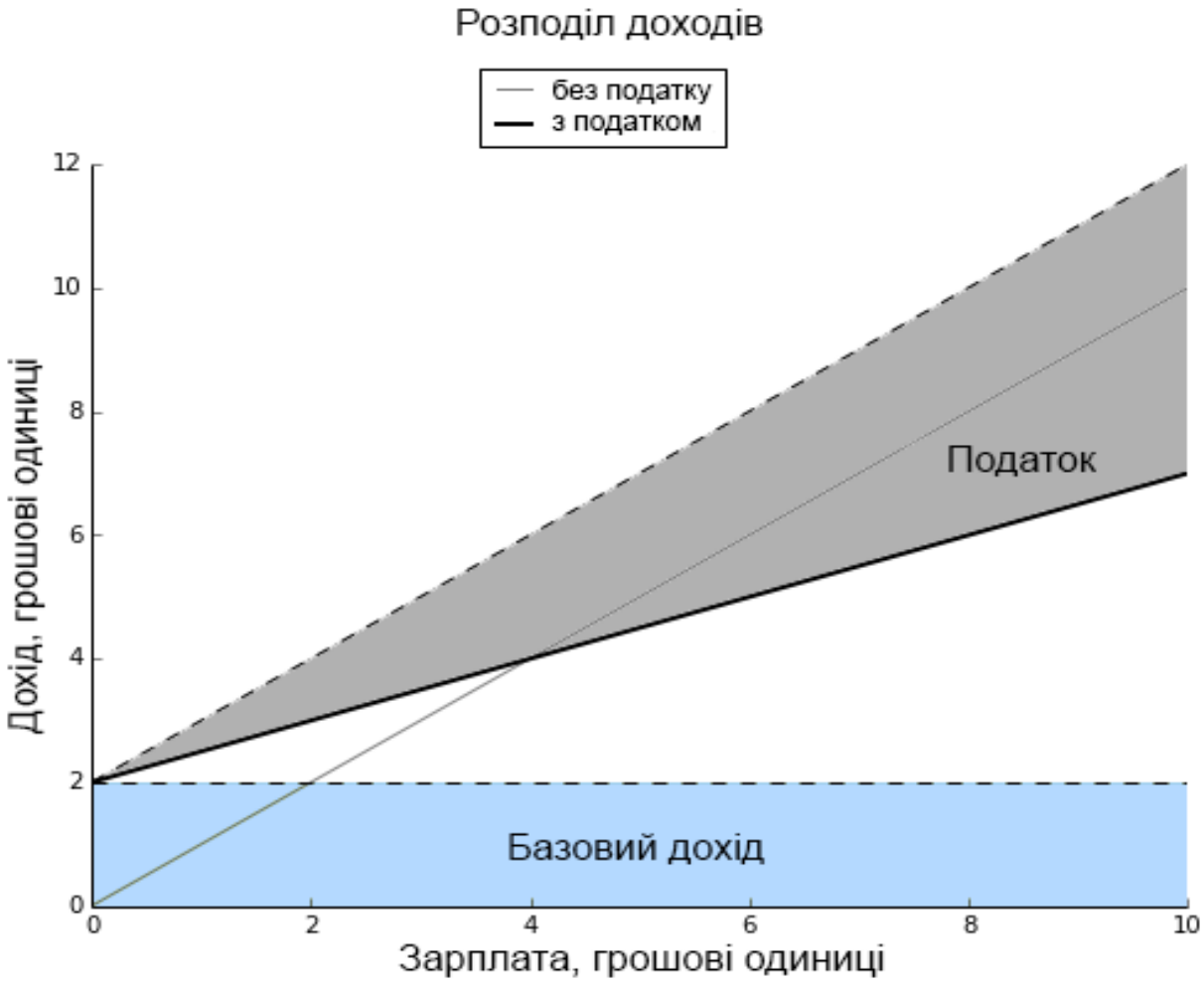


Рис. 4.17. Реальні доходи населення залежно від окладу при використанні базового доходу і фіксованого 50% податку.

Джерелами фінансування виплат базового доходу можуть виступати:

- податки;
- кошти, отримані в результаті відміни програм, які втратять актуальність через введення базового доходу (допомога безробітним, мінімальна заробітна плата і т.п.);
- екологічні збори та податки;
- рента за користування природними ресурсами;
- тощо.

Тобто у структурі державних витрат зміни не є кардинальними, проте обсяги деяких з них в разі упровадження такої концепції будуть вимагати значного зростання.

До позитивних наслідків упровадження такої концепції можна віднести, наприклад, такі:

- вирішення проблеми бідності;
- вирішення проблеми технологічного безробіття;
- зменшення проблеми економічної нерівності;
- зменшення витрат, які йдуть на адміністрування соціальних програм (через відсутність необхідності у контролі за ефективністю цих програм);
- поява можливості для людей займатись видом діяльності, який їм подобається, а не тим, який й найбільш прибутковим/популярним на ринку праці.

Так, проблеми пов'язані із технологічним безробіттям турбують людство з давнини. Поява нових верстатів, конвеєрного виробництва, роботизація промисловості часто ставали причинами криз та суспільних хвилювань. При наявності у людей часу та матеріальних спроможностей з'являється можливість змінити професію, вид діяльності. За теперішніх умов це було і є практично нереальним для найбідніших верств населення які живуть «від зарплати до зарплати». Як наслідок цього зменшиться і економічна нерівність, оскільки найбідніший клас фактично перестане існувати.

Взагалі ж подібні ефекти можуть привести до переходу в такий стан трудових ресурсів підприємств, в тому числі малих і середніх, при якому не зважаючи на меншу зайнятість в плані самої чисельності працівників, економічний ефект від їх праці буде вищим завдяки можливості займатись видом діяльності, який їм найбільш до вподоби. Завдяки цьому продуктивність та якість їхньої праці буде значно вищою.

Так на рис. 4.18 зображено схематичний принцип роботи такої концепції, темним кольором зображено вищу продуктивність, при цьому площа прямокутника яка відображає кількість працюючого населення є меншою.

Дуже часто початкова освіта або ж первинний вибір діяльності молодої людини може бути помилковим в плані їх реальних бажань чи здібностей (наприклад внаслідок тиску з боку батьків, престижу певної професії, бажання «вирватись» із бідності). З віком така людина починає розуміти, що її професія не приносить їй задоволення і свою роботу такий працівник виконує неефективно. В цей же час змінити професію, перевчитись/переорієнтуватись на інший вид діяльності дуже часто не буває змоги, оскільки дохід бідних прошарків населення є низьким, немає можливості заощадити достатню суму коштів, наявна власна сім'я і людина не має змоги перестати працювати на тривалий для перенавчання час, оскільки і зарплата не буде при цьому виплачуватись. Якраз цю проблему і покликана вирішити концепція безумовного базового доходу.

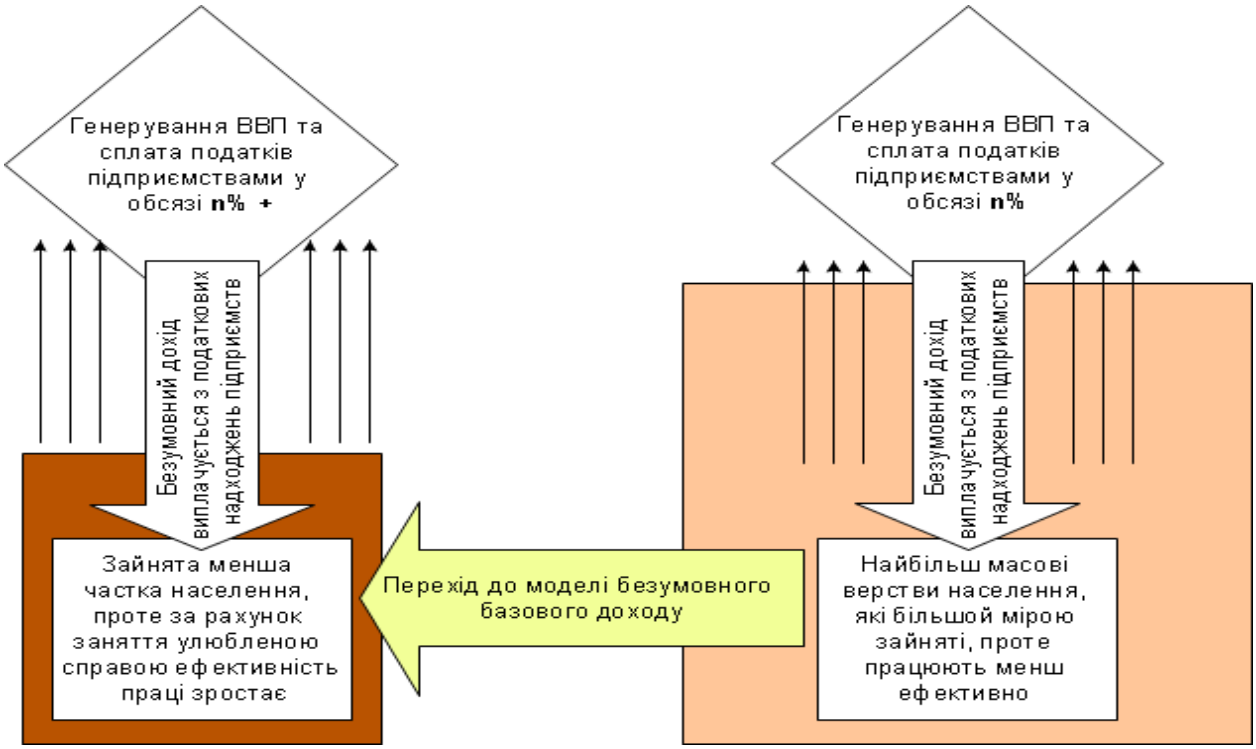


Рис. 4.18. Гіпотетичний позитивний ефект від наявності у людей можливостей займатись найбажанішим видом діяльності

Негативними сторонами безумовного базового доходу можна назвати наступні:

- надзвичайна складність реалізації в теперішніх реаліях соціально-господарського устрою практично всіх країн світу;

- значні витрати з боку держави на таку систему;
- проблеми, пов’язані із притоком мігрантів та ін.

За всю історію існування цієї концепції проводились кілька соціальних експериментів у багатьох країнах, наприклад у Фінляндії, Німеччині, Канаді та ін., де досліджуваній групі людей виплачувався базовий дохід протягом певного періоду часу і спостерігались зміни у стилі та поглядах на життя і продуктивну працю. Так, частими спостерігались такі ефекти як збільшення кількості часу, який досліджувані витрачали на саморозвиток, поява відчуття «свободи», що приводило до проявлення більшої креативності та продуктивності у професійній діяльності, зміна професії на ту, які більше подобалась та ін. У Швейцарії у 2016 році пройшов референдум, на якому, проте, більшість відмовилась від планів введення безумовного базового доходу [520].

Опитування проведене у 2016 році у країнах Євросоюзу показало, що 64% жителів підтримали б введення безумовного базового доходу. При цьому 35% знають, що він собою являє, 23% кажуть, що повністю розуміють суть та задачі цієї концепції, 25% чули про неї, 17% нічого не знають про базовий дохід. Цікавим є те, що лише 4% після введення базового доходу відмовляться працювати взагалі [461].

Проте варто розуміти, що опитування щодо таких соціально-економічних експериментів проводились у теперішніх реаліях, коли досліджувані (опитувані) розуміли, що отримуваний ними базовий дохід є тимчасовим явищем і що згодом їм доведеться повернутись до попереднього життя, що певною мірою руйнує чистоту експерименту. Тому наукові дискусії стосовно цієї концепції тривають і досі.

В якості іншого соціально-гуманітарного фактора розвитку підприємств та регіонів слід згадати теоретичний феномен так званої пост-дефіцитної або, по-іншому, бездефіцитної економіки (англ. post-work або post-scarcity economy). Постдефіцитною можна назвати таку гіпотетичну економіку, в умовах якої переважну більшість необхідних для типових споживчих (та ряду

інших) товарів можна виробити у великій кількості та, що важливо, з мінімальними затратами людської праці. Таким чином товари стають надзвичайно доступними через свою дешевизну або й взагалі безкоштовними [308]. Такий стан економіки можна зобразити графіком на рис. 4.19

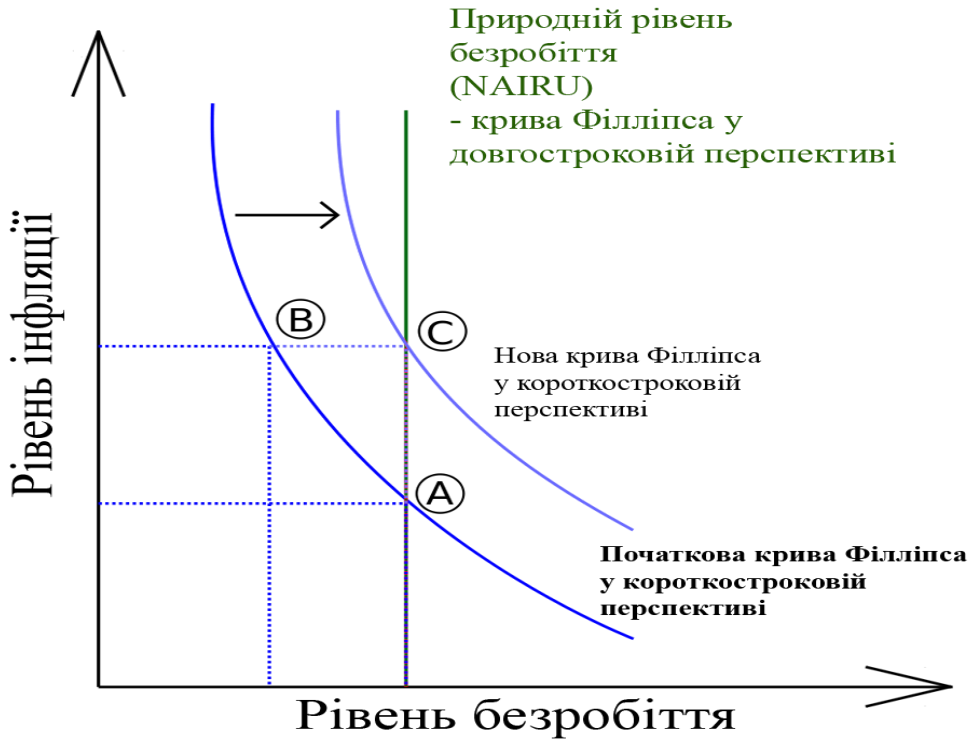


Рис. 4.19. Крива Філліпса, що демонструє теоретичні засади пост-дефіцитної економіки

Зазвичай згідно концепції бездефіцитної економіки вважають, що дефіцит не буде повністю ліквідований для всіх без винятку товарів та послуг масового споживання. Проте люди будуть мати змогу дуже легко їх отримати без докладання значних зусиль. Окрім благ широкого вжитку наявна можливість отримати й ряд інших, не критичних для життя товарів та послуг. Проте вчені все ж вважають, що певні товари та послуги все таки будуть залишатись дефіцитними в межах описуваної концепції [501].

На сьогодні найбільша кількість вчених сходяться на думці, що пост дефіцитна економіка може виникнути базуючись на досягненнях автоматизованих технологій виробництва, завдяки появи концепції самовідтворюваних машин (які крім виконуваної корисної роботи можуть

відтворювати собі подідних), більш широкого поширення ефективного та раціонального поділу праці з врахуванням наявності як природних сировинних баз, джерел енергії, а також максимально ефективне їх використання [489].

Більш фантастичні концепції ґрунтуються на появі не існуючих на сьогодні нанотехнологій, які дозволять автоматично виготовляти задані товари отримуючи лише загальні, базові вхідні інструкції, сировину та енергію [501].

Щодо короткострокових та більш реалістичних форм переходу до пост-дефіцитної економіки вчені роблять ставку на зростаючу автоматизацію фізичної праці з використанням робототехніки [308].

Також, як вже згадувалось, в якості для створення достатньої кількості товарів, необхідних для досягнення бездефіцитної економіки розглядається шлях масового поширення машин та установок для швидкого прототипування та самовідтворення. Поява таких пристроїв дасть змогу їх власнику виготовити їх більшу кількість та запустити ланцюгову реакцію, після чого кожен новий власник зможе зробити ще більше копій, що приведе до зниження ціни, а конкуренція на ринку зменшить її до мінімально можливого рівня, при якому буде отримуватись прибуток. В такому випадку вартість подібної машини буде лише дуже не значно перевищувати витрати на матеріали та енергію для її виготовлення, і така ситуація буде спостерігатись у всіх галузях, де товари можуть бути виготовлені за допомогою машин [308].

Таким чином, з повністю автоматизованим виробництвом, обмеження на кількість випуску товарів виникне від наявності сировинних та енергетичних обмежень, а також екологічного збитку, пов'язаного з функціонування виробничих технологій. Прихильники технологічного достатку часто виступають за більш широке використання відновлюваних джерел енергії та більш повної утилізації відходів виробництва/споживання з метою запобігання виснажування джерел енергії і сировини, а також аби зменшити екологічні збитки. Так, значний наголос робиться на використання

сонячної енергії. Це пояснюється, крім очевидного факту доступності, також і тим, що вартість сонячних панелей на сьогодні продовжує знижуватись, а в разі масового справдження автоматизованого виробництва самовідтворюваних машин та пристроїв вони стануть ще більш доступними, адже потенційна доступна сонячна енергія, яка на сьогоднішній досягає нашої планети перевищує споживання енергії населенням Землі в тисячі разів [501]. Також наявні прихильники підходу розробки та використання джерел енергії та сировини, які знаходяться за межами планети. Прикладами таких джерел можуть бути астероїди чи найближчі планети. Так, астероїди можуть бути джерелом цінних металів, таких як, наприклад, нікель. І хоч в світлі наявних на сьогодні технологій такий видобуток виглядає доволі міфічним в ракурсі його економічної доцільності, у майбутньому, базуючись на концепції самовідтворюваних машин та пристроїв існує ймовірність налагодження автоматичного видобутку таких видів сировини.

У разі, якщо описані вище проблеми були б вирішені, лише капітальні витрати стали б єдиною завадою самореплікації (самовідтворення) роботизованим чи нанотехнологічним шляхом, після чого кількість одиниць благ мала б змогу масово поширитись без будь-яких додаткових витрат, маючи за природнє обмеження тільки доступну сировину, яка потрібна для подальшого наступного відтворення.

Звичайно, не можна ігнорувати того факту, що ця концепція бездефіцитної економіки розглядалась ще у працях Карла Маркса. Він стверджував, що перехід до пост-капіталістичного суспільства в поєднанні з досягненнями у сфері автоматизації дозволить значно скоротити робочу силу, яка потрібна для виробництва певних товарів. Такий стан речей в решті решт приведе до того, що всі люди будуть мати велику кількість вільного часу, який вони зможуть тратити на науку, мистецтво та творчу діяльність. Тобто в економіці власне і наступить описаний вище стан «пост дефіциту» [164]. Маркс стверджував, що для традиційних економік фактором економічного зростання виступає накопичення капіталу, залучення додаткової праці

робітників, а пост-капіталістичне суспільство буде докорінно відрізнятись. Перехід до такого стану суспільства приведе до більш широкого розвитку індивідуальності людей через скорочення робочого часу. Таким чином, скорочення робочого часу певного працівника буде здійснюватись не з метою залучення його до праці у іншій сфері чи галузі, а для загального скорочення необхідної суспільної праці. Це повинно привести до появи нових художніх, наукових розробок та ін. за рахунок вивільненого часу у працівників, адже праці буде достатньо для функціонування суспільства [164].

Така концепції пост-капіталістичного комуністичного суспільства дозволить вільно виробляти та розповсюджувати товари завдяки упровадження автоматизації. Згідно його ідей такої системи можна прийти через економіку соціалістичну через прогрес та активне впровадження виробничих технологій та автоматизації, що приведе до можливості вільного виробництва та поширення благ. Проте він все ж не вважав що фізичну працю вдасться повністю замінити лише технологічними досягненнями.

Таким чином, можемо зробити висновок що класик в кінцевому рахунку бачив пост-дефіцитну економіку в дуже подібному до сучасних авторів ракурсі, проте шлях та траєкторію розвитку до неї для існуючого на той момент суспільства він вбачав по-іншому.

Наступним автором, чиї постулати є актуальними для даного дослідження, є Ф. Фукуяма із його концепцією «кінця історії». У своїх працях та наукових поглядає науковець розкриває домінування ліберальної демократії як кінцевої і найбільш досконалої соціокультурної еволюції людства та ефективної форми влади та управління. Все ж автор розглядає цю теорію не як кінець історії в широкому розумінні, але як найбільш досконалу форму суспільного устрою та кінець протистояння ідеологій, війн та глобальних катаклізмів антропогенного походження [378-381].

Останнє століття повною мірою розкрило всі негативні наслідки, що виникли внаслідок тоталітаризму, авторитаризму війни, геноциди, масові антропогенні потрясіння тощо. Таким чином сама собою назріла криза

авторитаризму як невдалого та неефективного способу організації влади. В той же час, найбільш дієвою, ефективною та життєздатною залишилась система ліберальної демократії, хоча й з певними притаманними їй недоліками.

Історична практика продемонструвала, що практично у всіх випадках зміни влади та повалення авторитарного режиму це відбувалось завдяки добровільній відмові бодай частини попередньої, авторитарної влади і передачі її новій, демократично обраній. Це демонструє, що демократія залишається найбільш досконалою формою суспільного устрою на рівні підсвідомості. Таким чином, демократія виступає основним джерелом легітимної влади [378].

Говорячи про форму влади слід зазначити, що мова йде не лише про власне державне управління, але й про весь комплекс соціально-економічної організації функціонування держави. Тобто цінності демократії свобода волевиявлення, розвитку, право на достойне життя та ін. є найефективнішим вектором людського розвитку. А такий розвиток неможливий без поняття інформація, її вільного поширення та рівноправному доступі до неї всім членам соціуму, в тому числі суб’єктам господарювання.

Також важливим моментом слід відмітити доречні акценти автора в баченні загального характеру природничих та технічних наук. В них прослідковуються паралелі у загально концептуальному напрямі розвитку, появі спільних підходів, інструментів до вивчення проблем у різних сферах. Такі висновки стало можливо зробити саме по причині всезагальної інформатизації та взаємообміні інформацією, а найголовніше появі поняття інформаційного ресурсу.

Іншим двигуном демократичних перетворень та позитивних зрушень, зокрема в аспекті економічного розвитку, є прагнення людей до визнання, потреби у самоповазі, власній достойності, самооцінці. Очевидно, що все це найбільш повною мірою може бути задоволене лише в умовах демократичного устрою, чим власне і зумовлена його популярність на думку автора [381].

Резюмуючи вищеописані постулати науковця в певній мірі можна стверджувати, що прямування до соціальної демократії у певній мірі варто ототожнити із прямування до економіки знань через наявність описаних вище спільних рис.

Формуючи модель соціо-гуманітарних чинників розвитку підприємств та регіонів не можна не згадати автора соціальної концепції «Інформаційної цивілізації» Е. Тофлера, яка до сьогодні залишається актуальною і перегукується із багатьма підходами сучасних економістів-футурологів. Основними тезами його праць є поділ розвитку людства на кілька головних фаз які він назвав хвилями, що органічно виштовхують попередні із культурних, політичних та економічних векторів існування [239-240]:

- перша хвиля аграрне суспільство, яке з'явилось після первіснообщинного ладу і первинного розвитку економічної взаємодії;
- друга хвиля пов'язана із процесами індустріалізації, появою масового виробництва, бурхливого розвитку промисловості, виникнення конвеєрного виробництва, масовій освіті, більш масового споживання тощо.
- третя хвиля є постіндустріальним суспільством, яке спостерігається у розвинутих країнах світу, основними особливостями якого є виникнення інформаційного суспільства, інтенсивна інформатизація усіх сфер життя людини та їх так звана «демасифікація» (поява різноманітних стилів життя, субкультур.

Проте найбільш знаковою рисою останнього етапу є заміщення матеріальних ресурсів таким ресурсом як інформація та підвищення ролі окремих індивідів, які на відміну від попередніх етапів, можуть розпочинати, змінювати та вдосконалювати цілі соціально-економічні явища та процеси.

В ракурсі даного дослідження особливо цікавими є бачення Е. Тофлером інформаційного суспільства без акцентування уваги на аспекті технологій, розумних машин та роботів як ключового фактора до переходу в цю епоху. Навпаки, він в певній протиставляє причини еволюції традиційним сучасним

авторам пост-дефіцитної економіки і ставить на перше місце людину як головний драйвер технологічного прогресу та розвитку.

Тут людина розглядається автором не як безіменна клітина серед безлічі у тілі світового організму, а як окрема унікальна особистість, яка буде розвиватись з часом і кількість, варіативність таких унікальностей буде лише збільшуватись, що і буде приводити до різноманітних соціально-економічних, гуманітарних проривів, які власне і будуть рухати прогрес. Саме багатогранність шляхів розвитку, культурних особливостей та менталітетів буде породжувати креативні та екстраординарні шляхи модернізації суспільно-економічних механізмів та вирішення нових проблем людства, які будуть обов'язково виникати на шляху його розвитку. Власне причиною такого розвитку виступає бажання і цілеспрямована креативна праця людини, яка стає можливою лише при забезпеченні добробуту і мотивації як працівнику.

Основним ресурсом виробництва, матеріалом у такому суспільстві виступають знання. Вже сьогодні таке твердження в повній мірі збувається, оскільки питання традиційні питання економічної теорії «як виробляти?», «скільки виробляти?» вже не стоїть. Більш нагальними питаннями є ідея самого виробництва, підприємницькі здібності, регіонів збуту, шляхів та способів просування товару чи послуги. Тобто на сучасному етапі для загального кола масових споживачів виробляти можна все що завгодно і в будь-якій кількості. Проте перед компаніями виникають нові запитання як виділитись серед конкурентів, яким чином забезпечити, задовольнити або ж взагалі створити попит, які нові потреби виникають у споживача і яким чином можна їх найкраще і найповніше задовольнити. Підприємства будуть шукати відповіді саме на такі питання у найближчому майбутньому і ці відповіді можуть дати лише інформаційні ресурси, володіння якими і буде забезпечувати компаніям та країнам економічне домінування [2400].

Погоня за інформаційним ресурсом буде стимулювати людину до постійного розвитку і вдосконалення. Саме такий розвиток і спричинить появу

інформаційного постіндустріального суспільства, яка буде природньою тягою людини до вдосконалення.

Звісно, подібний перехід буде супроводжуватись і позитивною зміною, революцією форм влади, яка обов'язково мусить змінитись в позитивному плані внаслідок нових досягнень соціуму. Адже вдосконалення інформаційної взаємодії в певній мірі «відкриє очі» на реальні проблеми та шляхи вирішення існуючих проблем для широкого кола громадян світу, таким чином традиційні популістські методи управління та прийняття рішень просто не будуть працювати [2400].

Таким чином рушійною силою виступлять знання, які вже сьогодні є домінантою розвитку підприємств, регіонів та країн, а аналізуючи наукові погляди Е. Тофлера вони такими залишаться і в майбутньому, що підтверджує актуальність цього чинника соціально-гуманітарного розвитку.

Резюмуючи вище згадані концепції та напрацювання вітчизняної та закордонної науки можна запропонувати наступну модель соціо-гуманітарних чинників трансформації сучасної економіки як на рівні підприємств, так і на рівні регіонів (Рис. 4.20).

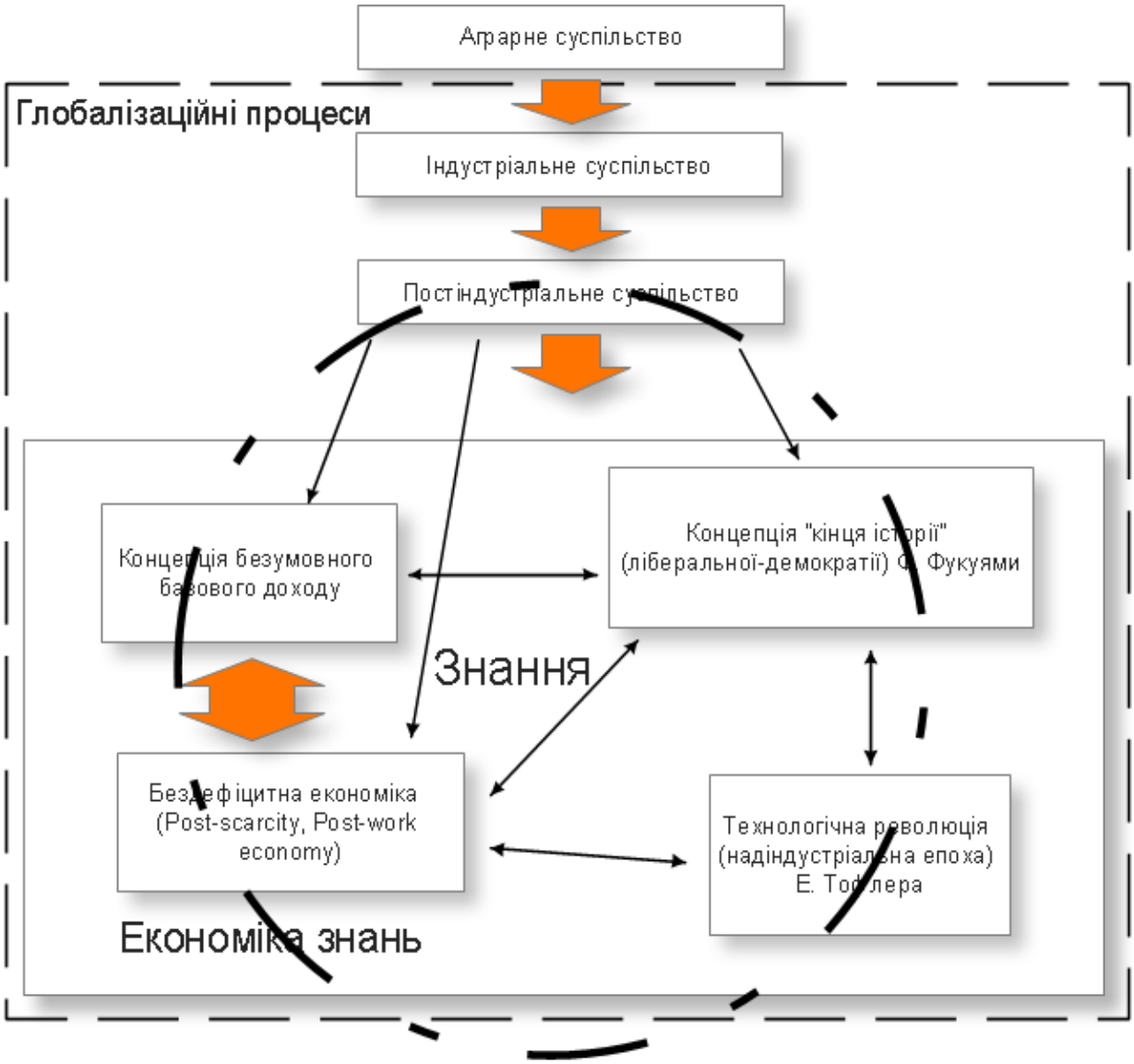


Рис. 4.20. Модель соціо-гуманітарних чинників розвитку підприємств і регіонів

Джерело: склав автор

Загалом можна виділити доволі традиційні історичні трансформації економік різних країн світу коли примітивне, аграрне суспільство переходить у індустріальне. Приблизно в цей час у світовій історії розпочинаються глобалізаційні процеси, які відбуваються по сьогоднішній день і переважно всі науковці сходяться на тому, що ці процеси будуть ще більш інтенсифікуватись і припинятись не будуть.

Із індустріальної економіки розвинені країни переходять у пост-індустріальну фазу розвитку суспільства, яку зараз можна спостерігати у

найбільш розвинутих країнах світу. Спостерігається значне підвищення якості життя, громадяни таких країн, отримують задоволення базових потреб у згідно відомої «піраміди потреб Маслоу». Відповідно до цього в них виникають потреби більш високого рівня а саме у самоактуалізації, у повазі, у визнанні та ін. Задоволення цих потреб найімовірніше може відбуватись із всебічним інтелектуальним розвитком особистості. Власне, з інтенсивним інтелектуальним розвитком членів соціуму усі згадані вище науковці і асоціюють появу феномена економіки знань. Звісно, погляди вчених на дане поняття відрізняються, проте у всіх них є спільна риса економіка знань є наслідком інтелектуалізації усіх сфер життя людини.

На нашу думку, зображені на рис. 4.20 причинно-наслідкові зв'язки та переходи між етапами (елементами) економіки знань можуть бути саме такими. Очевидно, із інтелектуальної економіки немає вороття назад у постіндустріальну епоху, рівно так само як економіка певної країни в більшості випадків не може перестрибнути, скажімо, з індустріального суспільства до бездефіцитної економіки, подібних прецедентів у довгостроковій перспективі у світовій історії не спостерігалось. Проте відслідкувати чи передбачити переходи (первинність) категорій ліберальної демократії Ф. Фукуями, концепції безумовного базового доходу, бездефіцитної економіки та надіндустріальної епохи на сьогодні не є можливим. Можна зробити припущення, що будь-який із зображених елементів може бути як причиною, так і наслідком, соціум може переходи від одного до іншого. Але не викликає заперечення той факт що всі ці концепції мають одну надзвичайно вагому рису фактор накопичення та всебічного поширення знань у найрізноманітніших формах. Це і виступає наріжним каменем даного дослідження.

Щодо України, то не викликає дискусій той факт, що наша держава поглинута світовими глобалізаційними процесами. Не зважаючи на відносно недавно отриману незалежність а також на регулярні кризові явища наша країна все ж має певні конкурентні переваги на світовому ринку. Так, для

прикладу Україна є одним із світових лідерів у виробництві соняшникової олії. Іншим надзвичайно втішним, особливо в контексті даного наукового дослідження, є лідерство у сфері аутсорсингових ІТ-послуг. Це означає що існують всі підстави для прискорення регіонального розвитку у випадку ефективного реформування економіки на засадах соціо-гуманітарного розвитку підприємництва. Проте, слід розуміти, що наша держава загалом залишається економічно відсталою, особливо в плані рівня життя та реальних доходів населення. З точки зору виділення рекомендацій та шляхів розвитку можна виділити як позитивні, так і негативні моменти, врахування яких може дати прискорення економічному розвитку загалом та соціо-гуманітарним вдосконаленням зокрема.

Знаходження не на лідерських позиціях дозволяє аналізувати та використовувати досвід країн-лідерів, які вже пройшли цей етап розвитку. Причому даний досвід можна запозичити на всіх рівнях від малого підприємства, до регіону або ж навіть реформ на загальнодержавному рівні. Звісно, не кожен приклад розвинутої економіки може бути застосований, адже очевидно, що існують регіональні особливості не лише на рівні забезпеченості природніми чи економічними ресурсами, але й на рівні культури чи менталітету громадян.

Саме тут на допомогу приходять концепції розвитку економіки знань розвиток інформаційної взаємодії, підвищення якості освіти, інновації у сфері інформаційних технологій. Все це за допомогою інноваційних креативних рішень дозволить внести модифікації у існуючі (напрацьовані світовою практикою) моделі розвитку не розвинутих економік та виявити власні шляхи та приховані резерви економічного зростання. І цілком очевидним є той факт, що зростання економіки держави не може відбутись само собою, зміни, на нашу думку, найдоцільніше розпочинатись із мікрорівня. Адже зрозуміло, що навіть проведені на макрорівні реформи все одно націлені на зміну процесів і явищ на рівні підприємств та регіонів.

Врешті-решт очевидно, що ресурси на проведення реформ є обмеженими, особливо в реаліях України. Тому немає змоги здійснювати економічні модифікації широким фронтом. Виходячи із згаданих позицій соціо-гуманітарного розвитку підприємств та регіонів важко буде помилитись, якщо зосередити реформаторську увагу на ключовому аспекті, який є спільним для усіх футурологічних течій сучасної світової економічної науки а саме на розставленні акцентів та всебічному вдосконаленні і стимулюванні появи економіки знань у нашій державі.

Важливо відмітити ряд інших соціально-гуманітарних чинників, фактично отриманих у спадок від радянського суспільного ладу і які можна вважати негативними. Вони навпаки перешкоджають демократичному поступу, певною мірою гальмуючи економічний розвиток в цілому та бізнес-культуру зокрема. Ці чинники загалом можна агрегувати в один надмірна масовість (колективність) соціального життя та мислення людей.

Так, Україна знаходиться на пережитку радянської системи культивування спільності, надмірного тиску колективу. Причому це прослідковувалось як в системі базової, професійно, вищої освіти так і згодом на місцях працевлаштування. Також сюди можна віднести насадження соціумом моделі (лінії) життя. Причина подібних пропагандистських заходів є достатньо характерною для тієї епохи масова свідомість, виражена у стандартизованих життєвих цінностях була вигідною і достатньо поширеною для радянської соціальної системи. В тих умовах вважалось, що ефективність функціонування державного механізму визначалась кількістю робочої сили а не її якістю. Конкретними ж наслідками подібних пережитків на сучасному етапі розвитку української економіки можуть бути:

- «стирання» особистості;
- падіння продуктивності праці;
- менша кількість креативних ідей як на рівні управлінський ідей, так і на рівні рядового працівника установи/фірми;
- незадоволеність життям внаслідок тиску соціуму на особистість;

- тощо.

Загалом, аби визначити рекомендації на рівні підприємств регіону щодо прискорення соціально-гуманітарного розвитку, з описаного вище слід зробити важливий висновок питання добробуту окремого взятої людини, працівника, елемента суспільства є одним із найважливіших факторів економічного прогресу. Адже зрозуміло, що вмотивована і в той же час щаслива, задоволена життям людина працює набагато продуктивніше і генерує додатковий прибуток підприємству за рахунок креативних ідей, шляхом перетворення інформації у знання, та через застосування до цих знань підприємницьких ініціатив та здібностей. Саме забезпечена усім необхідним для комфортного життя особистість є невід'ємним елементом, який стане і наслідком і причиною виникнення феномена економіки знань у регіонах нашої країни.

4.4. Багатофакторне оцінювання готовності регіонів України до формування економіки знань в умовах соціально-гуманітарного розвитку підприємництва.

Трансформаційні перетворення в усіх сферах життєдіяльності українського суспільства, що спрямовані на утвердження в них загальнолюдських цінностей добробуту, соціальної справедливості, здоров'я, соціальної мобільності, адекватних світоглядно-ціннісних орієнтацій, сучасної освіти, розвиненої науки мають бути системними та послідовними. Окрім того, нині відбувається стрімке поширення нових моделей господарювання, що базовані на концепції економіки знань, що потребує прийняття певних управлінських рішень на регіональному рівні з метою активізації цього процесу в регіонах України. При цьому, треба враховувати, що прийняття рішень на усіх рівнях управління економічною діяльністю має опиратися на адекватний аналітичний інструментарій. Швидкий розвиток

кількісних методів аналізу соціально-економічних процесів у напрямі подолання обчислювальних складнощів приводить до необхідності швидкого упровадження цих методів у практичну діяльність.

Дослідженням проблем соціально-економічного розвитку регіонів приділено значну увагу вітчизняних і закордонних учених-економістів: П. Бєлєнького, І. Благуна, А. Голікова, М. Долішнього, С. Дорогунцова, Е. Забарної, В. Захарченка, М. Кизима, Л. Ковальської, О. Козирєвої, Д. Кузьміна, М. Портера, В. Плюти, М. Степанова, Д. Стеченка, С. Шульц й ін.

У сучасній науковій літературі різні аспекти підприємництва в економіці знань досліджувались у роботах: Б. Буркинського, В. Гриньової, Л. Драгуна, З. Варналія, В. Ткаченка, Р. Тяна, Б. Холода, М. Чумаченка; І. Ансоффа, Г. Бірмана, Ю. Блеха, П. Друкера, Н. Ільїна, Я. Мелкумова, В. Шахназарова, Й. Шумпетера .

Ми поставили завдання запропонувати підхід до економетричного оцінювання спроможності регіонів України до формування підприємництва на основі активізації економіки знань і економічного розвитку регіонів України і провести оцінювання зазначеної залежності за даними Державної служби статистики України.

Протягом останніх років, розроблені нові підходи до дослідження процесів розвитку підприємництва, які емпірично довели визначальну роль знань та креативності у процесі створення нових підприємств. Зазначимо, що нові теорії економічного росту базовані на твердженні про те, що економічні системи все більше залежать від знань для отримання конкурентних переваг, а такі концепції, як економіка, базована на знаннях (*KBE*) та галузях, що базуються на знаннях (*KBI*), зараз є загальноприйнятими в науковій літературі та політичному дискурсі [242]. Згадані розробки мають сильну регіональну спрямованість адже дослідники акцентують увагу на аналізі характеристик регіонального середовища, що може стимулювати або створювати перешкоди для ефективного використання знань для покращення якості місцевого зростання, підвищення ефективності підприємницької діяльності. Сучасний

теоретичний базис дослідження просторових особливостей розвитку нового підприємництва представлено на рис. 4.21.

Рис. 4.21 Сучасний теоретичний базис дослідження просторових особливостей розвитку нового підприємництва

Джерело: склав автор

Одним з важливих теоретичних підходів до вивчення регіонального розвитку є теорія розвитку підприємництва базованого на знаннях (*KSTE*). Цей підхід підкреслює роль підприємця у створенні можливостей, що виникають в результаті створення нових знань у діючих підприємствах і стверджує, що чим більший «запас» місцевих знань, тим більше є можливостей для майбутніх підприємців. Таким чином, теоретичні та емпіричні розробки в рамках *KSTE*, зосереджені на вимірюванні і оцінці місцевих знань як основної детермінанти виникнення нових підприємств. Однак диверсифікованість знань (на відміну від різноманітності регіонального середовища) також має вирішальне значення для формування нових підприємств. Дійсно, основою сучасної теорії росту є аналіз ролі диверсифікованості знань в стимулюванні інновацій та зростання. При чому, така перспектива також узгоджується з іншими підходами, які підкреслюють роль творчих індивідуумів [434], а також перспектив, що випливають із аналізу диверсифікації знань як стратегічного вектору розвитку бізнес-одиниць.

Сучасна теорія росту довела важливість прямого введення інформації та поширення знань до рівнянь економічного зростання [161]. При цьому, особливе значення мають динамічні зовнішні наслідки комерційного використання знань, які відображають вплив на акумулювання знань на певній

території. Як правило, стверджується, що знання мають високу здатність до поширення від підприємств, в межах яких вони виникають через такі канали як: мобільність робочої сили, соціальні мережі та неформальні комунікації. Ще одним каналом передачі знань у середині регіонів і країн є новий підприємець. Оскільки, підприємства та організації, що генерують знання рідко комерціалізують їх (через невизначеність щодо повернень та потенційних вигод), то нові підприємці можуть використовувати знання з комерційними цілями, якщо вони високо оцінюють потенційну прибутковість від нових знань.

Розрив між новими знаннями та комерційними знаннями часто називають фільтром знань [242]. Як правило, використання цього розриву передбачає зародження підприємців, які залишають роботу в існуючій фірмі та створюють новий бізнес. Якщо організація, в якій отримано знання не використовує їх, то запуск нової фірми фактично передбачає механізм поширення цих знань. Звідси випливає, що чим більший запас знань, тим більший потенціал для невикористаних ефектів, а отже, тим вищий рівень створення нових старт-апів. Просторова близькість (наприклад, близькість до університету) може зменшити трансакційні витрати на трансфер знань, а отже надлишки знань можуть бути локалізовані поблизу джерела знань [161]. Таким чином, поширення знань має значний вплив на місцеве зростання та розвиток підприємництва нової якості.

Ряд проведених емпіричних досліджень підтвердив релевантність *KSTE* у просторовому контексті, на основі даних німецьких регіонів. Наприклад, потенціал знань регіону та генерування знань в університетах позитивно впливають на нові заклади, розташовані в безпосередній близькості від університетів та дійшли висновку, що темпи росту кількості підприємств в галузях високих технологій та ІКТ пов’язані з інвестиціями в знання, виміряними за інтенсивністю досліджень та розробок, або часткою вчених та інженерів у численності зайнятих.

Дійсно, у літературі з диверсифікації знань обговорюються типи впливу на поширення знань, які є найбільш вигідними для місцевого зростання. Зокрема, існують розбіжності у поглядах на те, наскільки поглиблення перш за все відбувається в галузях (економіка локалізації) або в різних галузях (зовнішні наслідки Джейкобса) [161].

Теорії економіки локалізації, стверджують, що поширення знань є переважно галузевим, отже, місцева спеціалізація посилює можливість зовнішніх впливів трансферу знань всередині галузей, що стимулюють зростання. Альтернативний підхід, стверджує, що поширення знань часто відбувається у різних секторах. Таким чином, диверсифікація стимулює зростання, оскільки покращує можливості для таких міжгалузевих розробок. Більш того, цей тип поширення може включати в себе поєднання знань з різних областей, може спричинити більш радикальні інновації, ніж будь-які трансфери знань обмежені певною галуззю, і зазвичай вносять невеликі зміни в існуючі технології або процеси).

Важливість диверсифікації підкреслена в теоріях, що стосуються креативного класу, які стверджують, що підприємництво виникає в результаті взаємодії творчих людей, які об'єднуються для створення нових ідей. Регіони, як правило, мають низькі бар'єри для в'їзду, які заохочують мігрантів з різних країн а підприємництво стимулюється середовищем регіонів, що сприяють творчому розвитку [434].

В теоретичних концепціях регіонального зростання диверсифікація, як правило, розглядається шляхом включення змінних, що відображають регіональну промислову структуру в рівняння росту [358]. Емпіричні дослідженння *KSTE* включають змінні, що відображають індустріальну та соціальну різноманітність місцевої території як контрольні змінні регіонального середовища [358]. Таким чином, диверсифікація знань є критично важливою для появи інновацій, а здатність нових підприємців розвивати бізнес можливості шляхом поєднання знань з різних галузей може вплинути на появу нових підприємств.

Характер знань, який може бути важливим для розвитку підприємництва, був зафіксований у дослідженні авторів [319, 358, 448], які аналізують природу знань у двох аспектах: диверсифікованості та пов’язаності. Ця концептуалізація загалом узгоджується з поняттями незв’язаної та пов’язаної диверсифікованості. Емпіричний аналіз із застосуванням патентних даних [319, 448] довів твердження про те, що починаючі підприємці віддають перевагу диверсифікованості, зосередженій на двох основних факторах:

- в диверсифікованій економіці може існувати диверсифікований попит на продукти та послуги, які не виробляються державними підприємствами, і тому існують невикористані ринкові можливості. Проте, хоча це може бути так, цей аргумент, по суті, пов'язаний з диверсифікованістю регіонального попиту, а не запасом знань.
- диверсифікованість знань і регіонального середовища збільшують обсяг можливостей для майбутніх підприємців. Диверсифіковані знання створюють більше можливостей для об’єднання різноманітних джерел знань та розробки нових продуктів та послуг, які не використовуються державними компаніями, а комерційні можливості легше ідентифікувати та масштабувати, коли є пов’язані винаходи та знання. Крім того, нові підприємці, швидше за все, відкриють нові можливості для бізнесу, коли вони поєднають тісно суміжні знання. Це означає, що обсяг нових можливостей залежить від концентрації та різноманітності знань на певній території.

Однак для того, щоб вивчити вплив цих факторів, важливо оцінити регіональне середовище, в якому працюють підприємці. Багато досліджень щодо формування нового бізнесу спричинило включення кількості нових підприємств до регіональних характеристик рівнянь росту. KSTE забезпечує систематичне обґрунтування включення таких чинників, оскільки характеристики місцевості можуть розглядатися як такі, що впливають на можливості підприємництва, стимули для участі в підприємництві та рівні бар’єрів для підприємництва. Наприклад, високий рівень регіональної

промислової різноманітності може стимулювати зовнішні наслідки Джейкобса та створювати нові можливості для підприємництва. Іншою регіональною характеристикою, яка може вплинути на підприємницьку діяльність, є відносно низький рівень місцевої заробітної плати, а це може виступати як стимулом для підприємництва (менша альтернативна вартість того, щоб стати підприємцем) та бар'єр (зниження здатності отримати ресурси для створення підприємства). У цьому контексті також може бути важливим широке коло інших факторів, які були включені в емпіричні дослідження, включаючи: безробіття, ефекти конкуренції, щільність населення та етнічне різноманіття. Таким чином, актуальним є емпіричне дослідження системи показників, що відображають основні фактори, залежно від обмежень, які накладаються та наявними субрегіональними даними. Обґрунтування конкретних керованих змінних таких моделей має бути розглянуто більш детально в окремих дослідженнях.

На методологічному рівні емпіричні результати доводять важливість вивчення просторових ефектів у моделях регіонального зростання та підприємництва [448]. Ігнорування просторової автокореляції може привести до неадекватності моделей і результатів. Таким чином, необхідно чітко визначити дослідження варіації рівнів розвитку підприємництва у регіонах країни і враховувати той факт, що одиниці спостереження, як правило, є адміністративними а не господарськими, а сильна економічна взаємозалежність у темпах формування нових бізнес одиниць в сусідніх регіонах може мати значення для регіонального виміру розвитку підприємництва.

Канонічний кореляційний аналіз один із методів багатовимірного аналізу даних і найбільш узагальнена форма аналізу кореляцій, яка дозволяє досліджувати взаємозв’язок між двома множинами змінних на відміну від факторного аналізу, який застосовують для встановлення зв’язків усередині однієї множини змінних. Метод канонічного аналізу вперше було

опубліковано американським економістом Гарольдом Хотеллінгом (H.Hotelling) у 1936 р. [392].

Нині канонічний аналіз використовується у маркетингових, економічних, природничих, медичних дослідженнях і інтерес дослідників до канонічного аналізу зростає, оскільки реалізація його у відомих статистичних пакетах, зокрема у пакеті Statistica, дозволяє користуватися інструментарієм канонічного аналізу без обчислювальних труднощів.

Вхідні дані для канонічного аналізу можна представити як два масиви змінних з однаковою кількістю N об'єктів дослідження та різною кількістю стовпців-змінних. У термінах математики задача полягає у пошуку лінійної комбінації змінних двох масивів змінних таким чином, щоб їхня кореляція була максимальною.

На рис. 4.21 представлено основні результати канонічного аналізу показників, що відображають економічний результат регіонів України (рівень економічного розвитку (ліва множина)) та показники, що характеризують складову економіки знань інноваційну діяльність в регіонах, рівень соціально-гуманітарного розвитку та зайнятість у регіонах (права множина).

N=24	Canonical Analysis Summary Canonical R: 0,99842 Chi?(50)=149,11 p=0,0000	
	Left Set	Right Set
No. of variables	5	10
Variance extracted	100,000%	84,1157%
Total redundancy	96,3524%	77,5183%
Variables: 1	Валова додана вартість в основних цінах	Експорт
2	ВРП	Експорт інноваційної продукції
3	ВРП у фактичних цінах з розрахунку на одну особу, грн	Загальний обсяг інноваційних витрат
4	Залова додана вартість у фактичних цінах на одну ос., грн	Кількість інноваційних підприємств що фінансують НДДКР
5	Випуск у ринкових цінах	Кількість фахівців що проводять НДДКР
6		Кількість організацій що проводять НДДКР
7		Акціонерний капітал на одну особу
8		Імпорт
9		Кількість зайнятого населення (тис.)
10		Індекс людського розвитку

Рис. 4.21 Результати канонічного аналізу

Джерело: побудував автор за допомогою ПП STATISTICA

Статистична значущість отриманих результатів висока (p < 0,000), що дає підстави про адекватність проведеного аналізу. Отримане канонічне значення R достатньо велике (0,99). Воно відноситься до першого (найбільш значущого) канонічного кореня. Цю величину можна інтерпретувати як кореляцію між зваженими сумами змінних у першій та другій групах ознак.

Загальна частка дисперсії ознак першої групи (індикаторів економічного розвитку регіонів України), виділена за допомогою першої канонічної змінної, становить 100%. Загальна частка дисперсії ознак другої групи канонічної другої змінної складає 84,1%.

Загальна втрата для змінних першої групи дорівнює 96,3%, для змінних другої групи 77,5%. Це означає, що 96,3% варіації змінних, в яких збережені значення показників рівня економічного розвитку регіонів, визначаються змінами показників, що характеризують сектор економіки знань регіонів. В той же час величини, що є вимірниками економічного розвитку регіонів, детермінують 77,5% варіації досліджуваних індикаторів розвитку економіки знань регіонів. Отримані результати свідчать про достатньо високу точність побудованої канонічної моделі з п’ятьма коренями (рис. 4.22).

	Eigenvalues				
Root	Root 1	Root 2	Root 3	Root 4	Root 5
Value	0,99684	0,92527	0,58215	0,35248	0,24584

Рис. 4.22 Канонічні характеристичні корені моделі

Джерело: розрахував автор за допомогою ПП STATISTICA

Для перевірки значущості всіх канонічних коренів обчислено статистики ксі-квадрат (Chi square tests) рис. 4.23.

	Chi-Square Tests with Successive Roots Removed					
Root Removed	Canonical R	Canonical R-sqr.	Chi-sqr.	df	p	Lambda Prime
0	0,998419	0,996841	149,1144	50	0,000000	0,000048
1	0,961914	0,925279	62,7511	36	0,003793	0,015246
2	0,762989	0,582152	23,8412	24	0,470748	0,204045
3	0,593705	0,352486	10,7516	14	0,705412	0,488325
4	0,495829	0,245847	4,2324	6	0,645261	0,754153

Рис. 4.23. Результати перевірки значущості канонічних коренів покроковим видаленням

Джерело: розрахував автор за допомогою ПП STATISTICA

Представлений на рис. 4.23 результат свідчить про зменшення рівня статистичної значимості канонічної моделі за умов покрокового видалення з неї канонічних коренів, а значимими можна вважати перші два корені, як такі що мають найбільше значення канонічної кореляції.

Факторні структури, що визначають кореляції між змінними та канонічними коренями наведені на рис. 4.24 для лівої множини і на рис. 4.25 для правої множини.

Root Variable	Factor Structure, left set				
	Root 1	Root 2	Root 3	Root 4	Root 5
Валова додана вартість в основних цінах	0,997773	0,040169	-0,002850	-0,048879	0,020946
ВРП	0,994376	0,089554	-0,014502	-0,049225	0,023718
ВРП у фактичних цінах з розрахунку на одну особу, грн	0,929046	-0,098793	-0,115296	-0,321508	0,102242
Валова додана вартість у фактичних цінах на одну ос., грн	0,927134	-0,151837	-0,080503	-0,317842	0,099312
випуск у ринкових цінах	0,983603	0,168301	-0,035282	-0,054227	0,003813

Рис. 4.25 Факторна структура лівої множини

Джерело: розрахував автор за допомогою ПП STATISTICA

Root Variable	Factor Structure, right set				
	Root 1	Root 2	Root 3	Root 4	Root 5
Експорт	0,909018	0,373689	-0,010569	-0,106520	0,069064
Експорт інноваційної продукції	0,169293	0,367242	-0,530323	0,091608	-0,279664
Загальний обсяг інноваційних витрат	0,782409	0,195877	-0,017198	-0,145890	-0,131413
Кількість інноваційних підприємств що фінансують НДДКР	0,690513	0,030528	-0,215458	0,156680	-0,447853
Кількість фахівців що проводять НДДКР	0,960645	-0,140346	0,106374	0,064833	-0,025925
Кількість організацій що проводять НДДКР	0,926251	-0,222011	0,056226	0,178380	-0,084604
Акціонерний капітал на одну особу	0,969515	-0,092194	0,085581	-0,142589	0,123834
Імпорт	0,967176	-0,132195	0,100533	-0,121171	0,051584
Кількість зайнятого населення (тис.)	0,785739	0,345974	-0,158452	0,223508	-0,270706
Індекс людського розвитку	0,718606	-0,414816	-0,059420	-0,042196	-0,015612

Рис. 4.25. Факторна структура правої множини

Джерело: розрахував автор за допомогою ПП STATISTICA

Як видно з рис. 4.24-4.25 найбільш корельованим з початковими змінними є перший корінь з найвищим рівнем канонічної кореляції 0,99 (рис. 4.23), що має наступний аналітичний вигляд:

$$\begin{cases} U_1 = 0{,}9X_1 + 0{,}17X_2 + +0{,}78X_3 + 0{,}7X_4 + 0{,}96X_5 + 0{,}92X_6 + 0{,}97X_7 + \\ \quad +0{,}97X_8 + 0{,}78X_9 + 0{,}72X_{10}, \\ V_1 = 0{,}9Y_1 + 0{,}9Y_2 + 0{,}78Y_3 + 0{,}7Y_4 + 0{,}96Y_5. \end{cases}$$

де:

$X_1 -$ Експорт

$X_2 -$ Експорт інноваційної продукції

$X_3 -$-Загальний обсяг інноваційних витрат

$X_4 -$-Кількість інноваційних підприємств що фінансують НДДКР

$X_5 -$Кількість фахівців що проводять НДДКР

$X_6 -$Кількість організацій що проводять НДДКР

$X_7 -$Акціонерний капітал на одну особу

$X_8 -$Імпорт

$X_9 -$Кількість зайнятого населення (тис.)

$X_{10} -$Індекс людського розвитку

$Y_1 -$Валова додана вартість в основних цінах

$Y_2 -$ ВРП

$Y_3 -$ВРП у фактичних цінах з розрахунку на одну особу,грн

$Y_4 -$Валова додана вартість у фактичних цінах на одну ос., грн

$Y_5 -$Випуск у ринкових цінах.

Доцільність розгляду першого канонічного кореня множин даних підтверджують рис.4.26-4.27

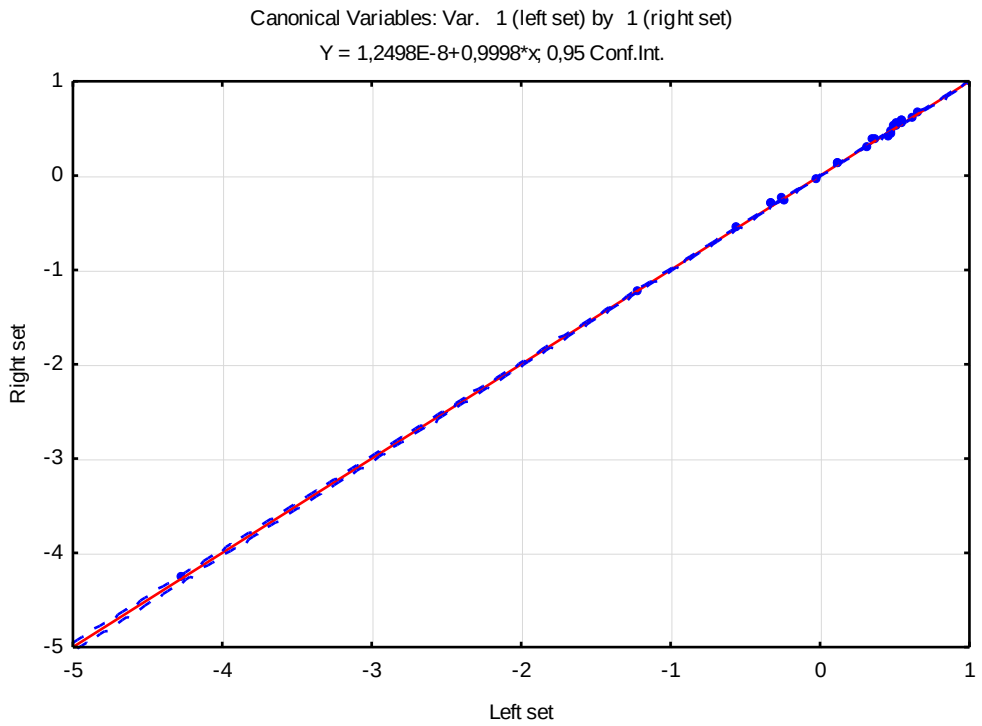


Рис. 4.26. Кореляція перших коренів множин

Джерело: розрахував автор за допомогою ПП STATISTICA

Як видно з рис. 4.26 основні положення канонічного аналізу підтверджуються викидів від регресійної лінії немає, якщо значимим є корінь 1. Це твердження не підтверджується для кореня 2 (рис. 4.27).

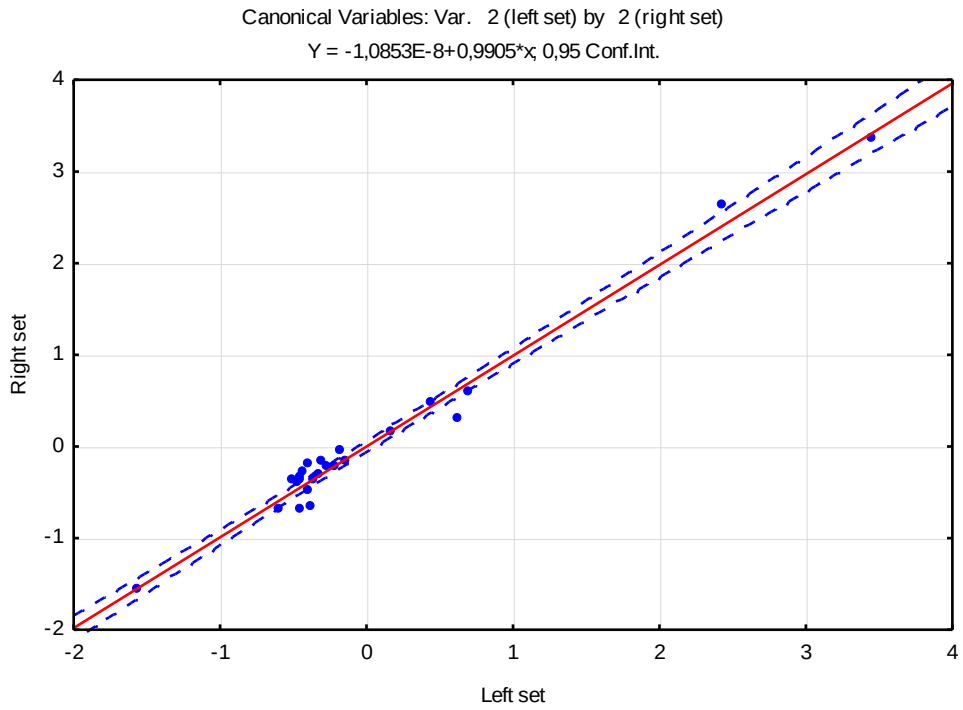


Рис. 4.27. Кореляція других канонічних коренів множин

Джерело: побудував автор за допомогою ПП STATISTICA

Кореляціїї між змінними в середині правої та лівої множин наведені на рис. 4.28 та рис. 4.29.

Root Removed	Correlations, right set (для 3.4)									
	Експорт	Експорт інноваційної продукції	Загальний обсяг інноваційних витрат	Кількість інноваційних підприємств що фінансують НДДКР	Кількість фахівців що проводять НДДКР	Кількість організацій що проводять НДДКР	Акціонерний капітал на одну особу	Імпорт	Кількість зайнятого населення (тис.)	Індекс людського розвитку
Експорт	1,000000	0,273406	0,786322	0,571129	0,808560	0,728689	0,870171	0,858417	0,784884	0,517744
Експорт інноваційної продукції	0,273406	1,000000	0,353697	0,381313	0,177981	0,163902	0,048535	0,063182	0,293031	-0,004503
Загальний обсяг інноваційних витрат	0,786322	0,353697	1,000000	0,623316	0,757274	0,724307	0,699841	0,693943	0,723354	0,487458
Кількість інноваційних підприємств що фіна	0,571129	0,381313	0,623316	1,000000	0,719126	0,779388	0,573888	0,569240	0,818584	0,646557
Кількість фахівців що проводять НДДКР	0,808560	0,177981	0,757274	0,719126	1,000000	0,982745	0,943605	0,948306	0,696213	0,782030
Кількість організацій що проводять НДДКР	0,728689	0,163902	0,724307	0,779388	0,982745	1,000000	0,886073	0,895247	0,714240	0,811042
Акціонерний капітал на одну особу	0,870171	0,048535	0,699841	0,573888	0,943605	0,886073	1,000000	0,990658	0,635638	0,734645
Імпорт	0,858417	0,063182	0,693943	0,569240	0,948306	0,895247	0,990658	1,000000	0,624108	0,752268
Кількість зайнятого населення (тис.)	0,784884	0,293031	0,723354	0,818584	0,696213	0,714240	0,635638	0,624108	1,000000	0,517799
Індекс людського розвитку	0,517744	-0,004503	0,487458	0,646557	0,782030	0,811042	0,734645	0,752268	0,517799	1,000000

Рис. 4.28. Кореляції змінних правої множини

Джерело: розрахував автор за допомогою ПП STATISTICA

Root Removed	Correlations, left set				
	Валова додана вартість в основних цінах	ВРП	ВРП у фактичних цінах з розрахунку на одну особу, грн	Валова додана вартість у фактичних цінах на одну ос., грн	Випуск у ринкових цінах
Валова додана вартість в основних цінах	1,000000	0,998703	0,941193	0,936816	0,991004
ВРП	0,998703	1,000000	0,934897	0,927492	0,996415
ВРП у фактичних цінах з розрахунку на одну особу, грн	0,941193	0,934897	1,000000	0,997975	0,919077
Валова додана вартість у фактичних цінах на одну ос., грн	0,936816	0,927492	0,997975	1,000000	0,906833
Випуск у ринкових цінах	0,991004	0,996415	0,919077	0,906833	1,000000

Рис. 4.29. Кореляції змінних лівої множини

Джерело: розрахував автор за допомогою ПП STATISTICA

Як видно з рис. 4.29 першому канонічному кореню припадає 93% екстракції варіації лівої множини показники якої відображають рівень соціально-економічного розвитку регіонів (рис. 4.30-4.31).

Root Factor	Variance Extracted (Proportions), left set	
	Variance extractd	Reddncy.
Root 1	0,934903	0,931950
Root 2	0,014155	0,013097
Root 3	0,004247	0,002473
Root 4	0,042429	0,014956
Root 5	0,004266	0,001049

Рис. 4.30. Варіація змінних лівої множини пояснена канонічними коренями

Джерело: розрахував автор за допомогою ПП STATISTICA

Root Variable	Variance Extracted (Proportions)	
	Variance extractd	Reddncy.
Root 1	0,673389	0,671262
Root 2	0,070054	0,064820
Root 3	0,038862	0,022623
Root 4	0,018834	0,006639
Root 5	0,040017	0,009838

Рис. 4.31. Варіація змінних правої множини пояснена канонічними коренями

Джерело: розрахував автор за допомогою ПП STATISTICA

При цьому надлишковість/втрати становлять 93%. Тому, задаючи значення змінних в правій множині (фактори економіки знань), можна пояснити 93 % дисперсії в змінних, що відображають рівень соціально-економічного розвитку регіонів, виходячи із значення першого канонічного кореня. І навпаки, задаючи значення змінних в лівій множині (рівень соціально-економічного розвитку регіонів), можна пояснити 67 % дисперсії в змінних, що відображають фактори економіки знань, виходячи із значення першого канонічного кореня.

Щоб надати йому смислову інтерпретацію, дослідимо, як він корелює зі змінними обох початкових множин. Такі кореляції називають навантаженнями канонічних факторів або структурними коефіцієнтами (Рис. 4.32).

Variable	Canonical Weights, left set				
	Root 1	Root 2	Root 3	Root 4	Root 5
Валова додана вартість в основних цінах	4,22699	-27,8874	-49,6440	17,8261	-65,2840
ВРП	-3,10032	25,4121	47,3451	-0,9044	103,2731
ВРП у фактичних цінах з розрахунку на одну особу, грн	1,34881	-11,0162	-47,6909	21,3120	0,1162
Валова додана вартість у фактичних цінах на одну ос., грн	-1,54139	11,0553	48,1795	-24,9547	0,5486
випуск у ринкових цінах	0,04196	2,5832	2,1276	-13,7764	-38,8067

Variable	Canonical Weights, right set				
	Root 1	Root 2	Root 3	Root 4	Root 5
Експорт	0,030320	1,46278	-0,01643	1,04531	1,86289
Експорт інноваційної продукції	0,067020	-0,13479	-1,17585	0,09787	0,14498
Загальний обсяг інноваційних витрат	0,041409	-0,26514	-0,19493	-0,92789	-0,29151
Кількість інноваційних підприємств що фінансують НДДКР	-0,085228	0,13191	0,26420	-1,13569	-1,40043
Кількість фахівців що проводять НДДКР	-0,659848	3,63059	10,39717	-1,76103	-3,81537
Кількість організацій що проводять НДДКР	0,694180	-2,79257	-6,74547	4,66148	4,58021
Акціонерний капітал на одну особу	0,563026	-0,77071	-4,49314	-1,09178	5,07416
Імпорт	0,323737	-1,53743	0,91013	-1,20292	-5,92669
Кількість зайнятого населення (тис.)	0,229785	0,31061	0,11208	0,49827	-0,81260
Індекс людського розвитку	-0,085002	-0,14124	-0,23387	-0,35085	0,48861

Рис. 4.32. Канонічні ваги коренів

Джерело: розрахував автор за допомогою ПП STATISTICA

Найбільші факторні ваги:

по I фактору у: Волинської, Закарпатської, Дніпропетровської, Кіровоградської, Луганської, Тернопільської, Херсонської, Чернігівської та Чернівецької областей,

по II у Київської, Тернопільської та Харківської;

по III фактору у Дніпропетровської, Запорізької, Київської, Львівської;

по фактору IV у Дніпропетровської, Донецької, Запорізької, Одеської, Харківської і по фактору V у Дніпропетровської області (рис. 4.33).

Початкові змінні аналізу по різному пов'язані з виділеними факторами, що зумовлює ідентифікацію особливостей кожного регіону у формуванні підприємництва економіки знань.

	1							
	1 l_fac1	2 l_fac2	3 l_fac3	4 l_fac4	5 r_fac1	6 r_fac2	7 r_fac3	8 r_fac4
Вінницька	0,13	-0,60	1,25	-1,48	0,13	-0,70	1,21	-1,24
Волинська	0,55	-0,26	-0,19	0,28	0,59	-0,23	-1,24	0,81
Дніпропетровськ	-1,22	3,45	0,50	0,63	-1,23	3,37	0,46	0,67
Донецька	-0,32	2,44	-0,52	-1,34	-0,30	2,62	-0,44	-1,56
Житомирська	0,46	-0,30	-0,29	0,05	0,41	-0,15	-0,24	-0,84
Закарпатська	0,55	-0,18	-1,13	0,02	0,55	-0,05	-0,89	0,59
Запорізька	-0,02	0,70	2,31	-0,43	-0,04	0,60	2,19	0,19
Івано-Франківськ	0,35	-0,43	0,06	-0,31	0,39	-0,29	0,48	0,76
Київська	-0,26	-0,40	2,08	-0,23	-0,24	-0,48	2,15	-0,32
Кіровоградська	0,52	-0,46	0,27	0,97	0,54	-0,69	0,29	-0,72
Луганська	0,62	0,63	-2,14	-0,37	0,61	0,31	-1,98	1,60
Львівська	-0,23	-0,13	-1,47	-0,50	-0,26	-0,17	-1,58	-1,71
Миколаївська	0,38	-0,50	0,66	0,45	0,38	-0,36	0,95	0,85
Одеська	-0,32	-0,44	-0,53	-1,07	-0,30	-0,37	-0,36	-0,54
Полтавська	0,12	0,44	-0,04	3,75	0,13	0,46	0,01	2,06
Рівненська	0,48	-0,39	0,07	-0,24	0,47	-0,19	0,00	-0,17
Сумська	0,47	-0,32	0,02	0,73	0,45	-0,30	0,14	0,98
Тернопільська	0,56	-0,37	-0,34	-0,34	0,57	-0,66	-0,07	-0,98
Харківська	-0,56	0,17	-0,44	-1,06	-0,55	0,16	-0,49	-1,69
Херсонська	0,52	-0,47	-0,09	0,01	0,51	-0,39	-0,46	-0,39
Черкаська	0,32	-0,36	1,39	-0,39	0,29	-0,36	1,04	0,65
Чернівецька	0,67	-0,21	-0,89	-0,10	0,67	-0,23	-0,84	0,17
Чернігівська	0,51	-0,45	-0,01	0,58	0,51	-0,34	0,21	0,14
м.Київ	-4,27	-1,56	-0,52	0,40	-4,28	-1,56	-0,53	0,70

Рис. 4.33. Факторні ваги за регіонами України

Джерело: розрахував автор за допомогою ПП STATISTICA

Таким чином, можна стверджувати, що індикаторами готовості регіонів до розвитку підприємництва економіки знань є: валова додана вартість, ВРП у фактичних цінах в розрахунку на одну особу, експорт

інноваційної продукції, кількість підприємств, що фінансують НДДКР, кількість фахівців, що проводять НДДКР та кількість організацій, що проводять НДДКР, акціонерний капітал на одну особу та зайнятість у регіоні.

Дослідження еволюції, форм, детермінант і особливостей процесу становлення економіки знань прояв соціально-гуманітарного розвитку підприємств дало змогзробити наступні висновки:

1. Незмінним складовим, центральним елементом економіки знань є інтелектуальний працівник особистість. Саме висококваліфіковані кадри є головними генераторами доданої вартості у виробничо-збутових ланцюгах, оскільки технології самого виробництва достатньо просунулись, аби забезпечити швидку та дешеву реалізацію підприємницьких бізнес-ідей. До подібного роду інноваційних компетентностей можна віднести наступні: Виявлення незадоволених потреб та пошук шляхів їх вирішення; Генерування бізнес-ідей на рівні концепції, старт-апи; Формування профілю продукції; Дизайн, брендинг; Інноваційний маркетинг; Інформаційно-аналітичне забезпечення бізнес-діяльності; Ланцюги збуту та логістика; Піар та зв’язки з громадськістю, проведення інформаційних кампаній, управління репутацією та ін.

2. У підприємств з’явилися нові проблеми, пов’язані із пошуком і наймом висококваліфікованих професіоналів, що не стояли так гостро раніше, оскільки існували достатньо стандартизовані професії та посади, таким чином того чи іншого працівника можна було відносно легко замінити в разі виникнення такої потреби. Еволюційний поступ соціуму завжди супроводжувався винайденням, упровадження та активним застосуванням технологій та інновацій. Проте в економічному зростанні більш важливими були традиційні фактори виробництва такий стан речей кардинально змінився за останнє століття. Саме тому аналіз економіки знань вважаємо проведено в дихотомічному розрізі, а саме продемонстровано стан та світову кон’юнктуру цієї категорії за останні роки згідно найновіших статистичних даних поряд із більш довгостроковим, ретроспективним аналізом, аби показати перетворення

та зміни структури пріоритетів розвитку і господарювання соціуму. Аналіз розвитку економіки знань здійснено на прикладі країн Європейського союзу. Головною причиною цього є спільна статистична база, яка дозволяє порівнювати країни та отримувати методологічно коректні результати. Окремим важливим моментом є наявність у Європі подібних країн за економічним та інноваційним потенціалом до України, що дозволяє виявити та взяти на озброєння ті чи інші інструменти інноваційного розвитку.

3. Загалом можна виділити найсильніших інноваційних лідерів, де упровадження та використання є найбільш інтенсивним Швецію, Данію, Німеччину та Фінляндію. Найменш ефективним є застосування інновацій та розробок у таких країнах як Болгарія, Латвія, Румунія, Польща та деякі інші. Для оцінки використовувався комплексний індикатор, що показує ступінь впровадження результатів науково-дослідних робіт на підприємствах та установах. Згідно методики статистичної служби Європейського союзу проведення дослідження рівня «інновативності» країни до згаданого комплексного показника відносять 25 індикаторів, розділених на 8 груп, які дозволяють окреслити та оцінити такі параметри як: людські ресурси; науково-дослідні системи; фінансування та підтримка; рівень бізнес-зв’язків та контактів; обсяги інвестицій; інтелектуальні активи; інноватори; економічні ефекти.

4. Швидкий прогрес в області телекомунікацій і транспорту прискорили процес глобалізації, створюючи нове ігрове поле для світової конкуренції зі значними можливостями для тих країн, які здатні швидко пристосовуватись до нових змін. Стрімке зростання малих країн з розвиненою економікою, таких як Сінгапур та Ірландія, зростання продуктивності економіки Сполучених Штатів, сповільнення (або і практична зупинка сталого розвитку) деяких країн Європи, вибух офшорного бізнесу і аутсорсингу, в тому числі поява Китаю як світової лінії кінцевого складання товарів, дивовижне зростання ІТ-технологій та чималі стрибки у налагодженні телекомунікаційних процесів навіть у відсталих в економічну плані країнах Африки. Щодо США варто відзначити,

що підвищення ефективності економіки відбулось завдяки глобалізаційним процесам та здатності традиційних секторів влитись в ці тенденції, отримуючи вигоду для своїх бізнес-операцій, а також те, що ті сфери, які базувались на логістиці завдяки технологічним проривам і здешевленні в останній отримали небувалого прискорення.

5. Здатність ефективно використовувати знання дозволяє приватним особам, підприємствам і суспільним групам використовувати ресурси і поліпшити свій добробут, сприяючи тим самим розвитку середовища і регіону, де вони працюють і проживають. Проте це аж ніяк не простий процес. Просте сприйняття знань, в той час, коли це необхідно зовсім не гарантує його ефективне використання. Потрібно мати можливість вибрати правильну форму знання, освоїти його застосування, адаптувати його до конкретних обставин, йти в ногу зі змінами і регулярно вносити поліпшення.

6. Глобалізація і революція знань створюють як проблеми, так і можливості для країн, що розвиваються і їх регіонів. З одного боку, існує загроза розширення в існуючому розриві у знаннях та розвитку з промислово розвиненими країнами. Дійсно, науково-дослідні та інноваційні можливості виміряні за допомогою звичайних показників науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт інвестицій (витрати на ці розробки, кількість наукових працівників, дослідників) і вихідних потоків (кількість наукових статей, патентів) мало б бути більш концентрованими в промислово розвинених країнах.

7. Економіка знань в регіоні вимагає значного сегменту високо освічених людей, а не просто населення з базовою чи середньою освітою. У той час як низький рівень витрат на робочу силу сам по собі викликає приріст прямих іноземних інвестицій та стимулює економічне зростання, при цьому виникає загроза того, що економіка країни перетвориться у виробничий придаток, найнижчий щабель у ланцюгу доданої вартості, що, як вже зазначалось в майбутніх умовах невпинного росту економіки знань є дуже негативним для країни ефектом

8. Гострою проблемою сучасності, пов’язаною і стрімким розвитком економіки знань є швидка та нерівномірна урбанізація. Вона супроводжує індустріалізацію та зачіпає країни, що розвиваються. У 2003 році 48 % населення світу жило в міських районах, що на 33 % більше у порівнянні з 1990 роком. Прогнозується, що до 2020 року 4,1 мільярда чоловік (55 % населення світу) будуть жити в міських районах. У той час як урбанізація допомагає відновити культуру і приносить інновації в життя людей, вона також супроводжується втратою автономії і насильством, торгівлею людьми та іншими негативними явищами. Боротьба з урбанізацією та її побічними ефектами є серйозною проблемою. Це вимагає здатності до створення, вмілого використання і поширення технологій, які сприяють автономним локальним процесам розвитку, що може допомогти запобігти надмірній концентрації населення, яка в свою чергу, може призвести до небезпечних фрагментацій.

9. Запропонований підхід до оцінки готовності регіонів до розвитку підприємництва економіки знань дав змогу редукувати множину статистичних показників, що є індикаторами даного процесу та створити на основі них компактну інформаційну базу для подальшого моделювання згаданого процесу. Окрім того, запропонований інструментарій дає змогу визначити регіони України, що можуть стати полюсами розвитку підприємництва економіки знань.

Основні результати отримані в даному розділі представлені у роботах [253, 260, 261, 266, 269, 271, 274, 278].

РОЗДІЛ 5
ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В РЕГІОНІ

5.1. Формування механізму управління соціально-гуманітарним розвитком підприємництва в регіоні.

Тенденції розвитку регіонів України свідчать про неефективність системи державного управління у зв'язку з відсутністю системного застосування дієвих інструментів забезпечення соціально-гуманітарного розвитку підприємництва в регіонах, мотивації органів місцевого самоврядування до розробки та впровадження механізмів активізації розвитку підприємництва на формування підприємницьких структур нової якості.

Наші дослідження [258] дозволяють констатувати, що динаміка економічного розвитку України році демонструє зниження, яке, своєю чергою, негативно відображається на надходженнях до регіональних бюджетів. На тлі такої ситуації ефективність проведених реформ засвідчує свою бездієвість, що призводить до сповільнення регіонального розвитку. А це, відповідно, вимагає формулювання ключових напрямів у контексті нарощування доходів державного бюджету і місцевих бюджетів, які, зокрема, ґрунтуються детінізації економіки шляхом надання більших свобод і преференцій суб'єктам підприємництва і проведенні політики активізації розвитку підприємництва.

Механізм управління необхідно розглядати як складову системи управління регіональним розвитком, що забезпечує вплив на ті чинники, від стану яких залежить соціально-економічний розвиток регіону. Чинники управління соціально-гуманітарним розвитком підприємництва на рівні

регіону можна розділити на внутрішні та зовнішні за напрямами та силою впливу на сам процес підприємницької діяльності (рис. 5.1).

При цьому, треба врахувати, що для підприємств характерне прагнення до зміни стану зовнішнього середовища на свою користь, до приведення внутрішніх і зовнішніх чинників на регіональному рівні в стан взаємної відповідності відповідно до інтересів підприємства.

Зауважимо, що механізм управління економічною діяльністю в регіоні (економічний механізм) розглядають як складову системи управління народним господарством [21, 23, 31], за допомогою якої рішення державних органів управління щодо конкретних цілей, шляхів і засобів розвитку країни, галузі, регіону, підприємства трансформуються в систему інтересів людей і їх дії.

Виходячи з викладеного у розділі 1 даної роботи та наших робіт [242, 243, 248] пропонуємо напрями впливів механізму управління соціально-економічним розвитком підприємництва (рис. 5.1).

Рис. 5.1. Напрями впливів механізму управління соціально-економічним розвитком підприємництва

Джерело: склав автор.

Структуру механізму представляють у вигляді сукупності трьох елементів: планування, стимулювання і організація управління. При такому підході до формування механізму управління не врахована найважливіша складова в контексті соціально-гуманітарного розвитку регіону мотиви діяльності людей, оскільки такий механізм управління спрямований на підпорядкування інтересів людей рішенням, прийнятим зверху [31, 303].

Очевидно, що механізм управління розвитком підприємницької діяльності в регіоні буде ефективний лише у тому випадку, коли він буде стимулювати і мотивувати людей до підприємницької діяльності нової якості, що дає змогу отримати високу додану вартість. У свою чергу, спрямування мотивів до підприємницької діяльності досягається на основі узгодження

цілей регіональних органів влади з інтересами людей і соціальних груп даної території.

Відповідно до кібернетичного підходу до управління регіональними системами [31, 313], механізм управління *(МУ)* є комплексною категорією. Він включає в себе: цілі управління *(ЦУ)*; кількісне відображення цілей критерії управління *(КУ);* чинники управління *(ЧУ)* елементи об'єкта управління і їх зв'язки; методи впливу на дані чинники *(МВ);* ресурси управління *(РУ)* матеріальні і фінансові ресурси, соціальний, гуманітарний і організаційний потенціали, при використанні яких реалізується обраний метод управління і забезпечується досягнення поставленої мети.

Таким чином, для даного об'єкта управління регіону *(ОУ)* механізм управління є сукупністю елементів: *МУ* = (*ЦУ, КУ, ЧУ, МВ, РУ).*

Реальний механізм управління завжди оскільки направлений на досягнення конкретних цілей шляхом впливу на конкретні чинники і цей вплив здійснюється шляхом використання конкретних ресурсів. Він формується кожного разу, коли ухвалюється управлінське рішення шляхом узгодження всіх елементів механізму управління. Певні механізми мають довготривалу дію, властивості інші короткотермінові. Стратегічне управління концентроване на довгострокових цілях, і тому йому властиво формування механізмів довгострокової дії.

У сфері підприємництва чинники управління досить різні, а тому і природа впливу на них і природа механізмів управління досить різноманітні. Через це комплексність і системність механізму управління є об'єктивними, а узгодження інтересів зацікавлених сторін досягається вибором методів і ресурсів управління відповідно до чинників управління, на які здійснюється вплив. При неузгодженості інтересів не можна досягти ефективної впливу на чинники управління, а отже, неможливо досягти поставленої мети [24, 68].

Початковими елементами для формування механізму управління є конкретний об'єкт управління і мета зміни стану або діяльності цього об'єкта. У нашому випадку, метою управління є якісне перетворення підприємництва

регіону завдяки його соціально-гуманітарному розвитку для генерування більшої доданої вартості в цілях стимулювання регіонального розвитку.

Першим етапом є узгодження вказаних елементів формування пари категорій *(ОУ, ЦУ)*. Далі мета управління трансформується в завдання (критерій управління), тобто формується пара *(ЦУ, КУ)*. У подальшому визначаються чинники управління, на які необхідно впливати, щоб виконати це завдання, тобто формується пара *(КУ, ЧУ)*. Якщо необхідна сукупність чинників управління не може бути сформована, то уточнюється об'єкт управління і (або) мета, тобто формується нова пара *(ОУ, ЦУ),* а потім знов пари *(ЦУ, КУ) (КУ, ЧУ)*. Відповідно до природи чинників управління вибираються методи впливу, тобто формується пара *(ЧУ, МВ)*.

І, нарешті, визначається сукупність потрібних ресурсів управління (матеріальні ресурси, соціальний і організаційний потенціали), за допомогою яких організовується керуючий вплив на стан відповідних чинників управління, зокрема здійснюється зміщення мотивів діяльності на мету управління. На даному етапі послідовно формуються пари *(МУ, РУ) (ЧУ, РУ)*. Результатом цих дій буде узгодження об'єкта управління з поставленими цілями. Якщо не може бути мобілізований потрібний обсяг ресурсів, необхідно або переглянути методи управління, або знов повернутися до пари *(ОУ, ЦУ)* (рис. 5.2).

Оскільки сукупність елементів кожної категорії управління є системою, формування кожної пари з елементів вказаних категорій повинне забезпечувати досягнення взаємної відповідності дерева елементів *X* (цілі) і дерева елементів *Y* (методи управління) (рис. 5.3).

На кожному рівні дерева *і-й, ij-й* і т. д. елемент категорії *X* повинен знаходитися у взаємній відповідності з *і-м, ij-м* і т. д. елементом категорії *Y:* $X_i \sim Y_i$, $X_{ij} \sim Y_{ij}$ і т.д.

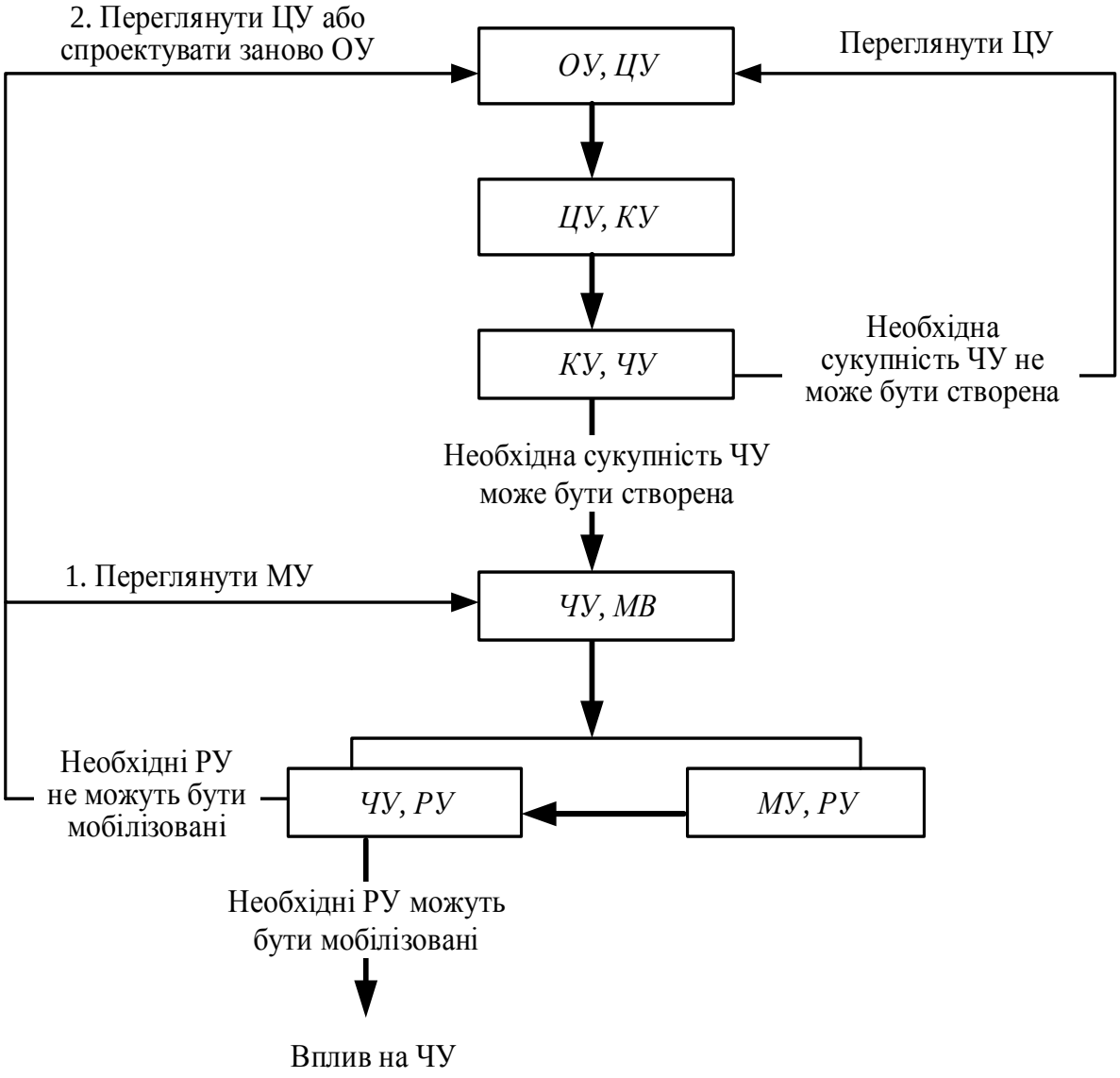


Рис. 5.2. Формування структури механізму управління в категоріях управління

Джерело: склав автор за [111, 303]

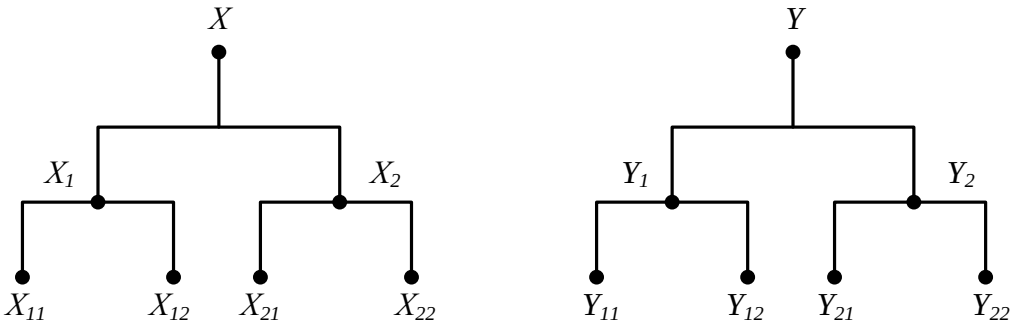


Рис. 5.3. Взаємна відповідність елементів категорії X та Y в парі [X, Y]

Джерело: склав автор за [31, 111, 303]

Цілі управління класифікуються: за рівнями значимості головна, основні, часткові; за терміном довгострокові (стратегічні), середньострокові (оперативні), поточні (тактичні) цілі; за рівнями управління загальнодержавні, галузеві, регіональні, цілі об'єднаннь, цілі підприємства; за етапами діяльності проміжні, кінцеві цілі. Крім того, клас мети може уточнюватися за вторинними ознаками, наприклад поточні цілі на рік, поточні цілі на квартал і т. д. Сукупність цілей різних рівнів є системою взаємозв'язаних цілей деревом цілей.

Наведемо сім основних принципів постановки цілей і формування мети та системи цілей при формуванні механізму управління соціально-гуманітарним розвитком підприємництва в регіоні:

1. Мета визначається назрілою потребою і можливостями її досягнення.

При виникненні проблеми (потреби) природним є прагнення до її вирішення. Проте в цьому випадку мета може бути вибрана настільки складною, що наявні ресурси (матеріальні і трудові ресурси, досягнення науки і техніки) не дозволять її досягти. Для визначення цілей необхідне знання потреб і аналіз можливостей задоволення цих потреб.

2. Мета повинна бути конкретною і кінцевою для виконавців, мати крім формулювання кількісний вираз або можливість зіставлення з деякою

чисельною базою (мати відповідний критерій її досягнення), задаватися на певний період часу.

3. Постановка мети здійснюється у декілька етапів. Спочатку мета ставиться відповідно до назрілих або прогнозованих потреб. Потім знаходять ресурси для її досягнення, і нарешті, виявивши всі ресурси, які можна залучити, уточнюють мету і період її досягнення (генетичний підхід). Таким чином, постановка мети йде по схемі: мета → засіб її досягнення → мета.

4. Цілі систем управління нижчого рівня повинні бути сумісні з цілями систем вищого рівня і направлені на досягнення останніх, тобто цілі систем нижчого рівня в сукупності утворюють мету системи вищого рівня.

5. Між деревом об’єктів управління і деревом цілей бажане досягнення як можна більшої відповідності. Структура системи цілей повинна відповідати структурі об’єкта управління. В цьому випадку підвищується цілеспрямованість діяльності кожного елементу системи. Можливо, що для досягнення необхідної відповідності потрібно буде змінити структуру об’єкта управління.

6. Побудова багаторівневого дерева цілей може бути здійснена за напрямами діяльності, етапами планування, рівнями економічної регіональної структури.

7. Побудова дерева цілей може здійснюватися декомпозицією мети нульового рівня (головної мети) на основні і часткові або композицією цілей вищих рівнів з цілей нижчих рівнів. Завжди має бути декілька варіантів інтеграції і диференціації цілей і перевагу матиме той варіант, який найбільше відповідає дереву об’єктів управління.

Початковими для формування системи цілей регіону і формування пари *(ОУ, ЦУ)* є представлення об’єкта управління як виробничої і соціально-економічної системи, що розвивається, і здійснення цільового підходу до управління.

Методичною основою цільового підходу є визначення головної мети і її диференціація за видами і процесами діяльності, а також за елементами структури системи.

Управління здійснюється шляхом впливу на певні чинники управління, тобто на властивості і елементи об’єкта управління в цілому, властивості цих елементів, їх зв’язки з іншими елементами, зв’язки об’єкта управління із зовнішнім середовищем. Самі способи впливу на ті або інші чинники управління відносяться до іншої категорії управління методів управління або до аналога методів ресурсів.

Разом з тим, здатність (властивість) підприємництва відтворювати, акумулювати і ефективно використовувати ці ресурси є категорією, яку необхідно віднести до чинників управління. Оскільки об’єкт управління має властивості цілісності, зміна стану того чи іншого чинника під дією керуючого впливу приводить до зміни стану об’єкта управління в цілому або окремих його частин.

Підприємництво є складним об’єктом управління, і для виявлення всієї сукупності чинників необхідно розділяти його на ряд простіших об’єктів. Такий розподіл може бути здійснений декількома способами, зокрема:

- диференціацією структури підприємств за видами економічної діяльності;
- диференціацією технологічних процесів виробництва товарів і послуг;
- розподілом життєвого циклу продукції на стадії, етапи, фази і інші процеси;
- розподілом за групами споживачів або за програмами, сформованими щодо конкретних об’єктів і цілей управління.

Характер впливу методів управління залежить від природи чинника і його сприйнятливості до тих або інших методів впливу. Управлінське рішення полягає у формуванні раціональної пари множин «ряд чинників управління», «ряд методів впливу на ці чинники», тобто пари *(ЧкУ, МУ)*.

В управлінні підприємствами широко використовуються економічні, соціальні (мотивуючі), організаційно-адміністративні і правові методи, а також їх різні поєднання. Комплексність методів впливу на чинники різної природи визначає об'єктивну необхідність формування комплексного механізму управління соціально-економічними системами регіонів.

Під ресурсами управління треба розуміти джерела впливу на чинники управління. Щодо підприємництва цими джерелами можуть бути:

- матеріальні ресурси регіональної виробничої системи та інвестиційний, виробничий і науково-технічний потенціали;
- соціальний (особовий і колективний) потенціал;
- організаційний потенціал регіональної економічної системи.

Ці три джерела не є ізольованими, оскільки формуються в результаті взаємного впливу. Так, соціальний потенціал створюється під впливом системи і норм оплати праці, рівня науково-технічного розвитку виробництва в регіоні, професійної підготовки персоналу, рівня освіченості, культури виробництва, якості трудових ресурсів і людського капіталу, організації управління і інших чинників. У свою чергу, матеріальні ресурси виробничої системи регіону є результатом мобілізації його соціального потенціалу.

Під організаційним потенціалом розуміють діапазон організаційних можливостей регіональних органів управління.

Обмеження в ресурсах можуть приводити до необхідності перегляду раніше сформованої пари *(ЧкУ, МУ)* за складом вибраних чинників і методах впливу на них. Зміна пари *(ЧкУ, МУ),* у свою чергу, вимагає змін в парі *(ЦУ, ЧкУ)* узгодження цілей управління з реальними можливостями впливу на чинники. Тільки за наявності такої відповідності можна вважати, що ряд чинників, вплив на які може дати реальні результати, виявлений.

В умовах обмеженості ресурсів постає завдання визначення пріоритетності чинників, значущість яких визначається цілями управління. Для досягнення кожної мети існує свій ряд пріоритетності чинників.

Виявлення цих рядів є одним з основних завдань формування конкретних механізмів управління.

Найважливішим з таких чинників виступає здатність підприємств відтворювати, акумулювати і ефективно використовувати матеріальні і трудові ресурси, необхідні для подальшого розвитку, що включає:

- інвестиційний потенціал підприємств, що визначається зростанням їх вартості і реінвестуванням прибутку;
- стартові умови розвитку;
- наявність власної науково-дослідно-виробничої і навчальної бази, здатної здійснювати розвиток персоналу (власної системи соціально-гуманітарного розвитку);
- здатність використовувати науково-виробничий потенціал регіону (зовнішньої системи розвитку);
- сприйнятливість виробничої системи підприємства до нововведень і її здатність до самонавчання;
- керованість виробничих систем, здатність керівництва передбачати об’єктивний хід розвитку економіки, формувати і послідовно реалізовувати політику розвитку на достатньо довгострокову перспективу.

Таким чином, комплексним механізмом управління є сукупність економічних, мотиваційних, організаційних і правових (а у ряді випадків також політичних) способів цілеспрямованої взаємодії регіональної влади, органів місцевого самоврядування та суб’єктів господарювання (суб’єктів підприємництва і науково-технічного розвитку) і впливу на їх діяльність, що забезпечують узгодження інтересів взаємодіючих сторін, об’єктів і суб’єктів управління.

Оскільки чинники управління можуть мати економічну, соціальну, організаційну, правову і політичну природу, комплексний механізм управління повинен бути системою економічних, мотиваційних,

організаційних і політичних механізмів, що формуються на єдиній інституційній основі.

Механізми, що діяли раніше, формувалися як мономеханізми їх призначенням було трансформувати цілі і рішення центральних органів влади в інтереси людей. Проте така трансформація може привести до посилення мотивації діяльності людей тільки у випадку, якщо ці рішення відповідають їх інтересам. А така відповідність досягається в комплексному механізмі управління.

Перехід до ринкової економіки ознаменувався відкиданням організаційно-адміністративного мономеханізму не тільки через його неефективність, але й тому, що форма його існування протирічить принципам акціонерної демократії. На перший план вийшло завдання створення мономеханізму іншої природи економічного механізму. Проте як і раніше необґрунтовано ігнорується роль мотиваційних механізмів. Відмова від організаційних механізмів управління замість їх адаптації до нових умов господарювання і ігнорування мотиваційних механізмів приводять до неефективності новостворюваного економічного механізму, що зі всією очевидністю підтверджується ходом економічних реформ в Україні, що супроводжується деградацією виробництва і економічною нестабільністю.

Успішно вирішити задачу подолання економічного спаду і забезпечити економічний, науково-технічний і соціальний розвиток можливо тільки в тому випадку, якщо в ході економічної і соціально-політичної реформи буде створений ефективний механізм управління, в якому оптимальним чином поєднуються механізми різної природи економічні, соціальні, гуманітарні, мотиваційні, політичні, тощо.

Виділення механізмів за принципом однорідності природи можливо за наявності в них основних ознак. Проте в цілому важко виділити «чисті» механізми, які були б лише економічними або лише організаційними, або лише мотиваційними.

Цілевстановлення при формуванні механізмів управління в соціо-гуманітарній виробничій системі має свої особливості, оскільки власники і різні соціальні групи, що беруть участь у виробничому процесі, по-різному уявляють собі цілі діяльності підприємств і пріоритети в їх досягненні. Тому на користь формування дієвого цілеспрямованого механізму управління важливо встановити об'єктивне представлення складу і взаємозв'язків цілей виробничої системи і суб'єктивне їх уявлення, що визначається місцем суб'єкта в системі і його поведінкою.

Виділяють три види підпорядкованості цілей: класифікаційне, композиційне і генетичне [31] .

Композиційне підпорядкування має місце у тому випадку, коли підпорядковуюча ціль, розділяється на підлеглі підцілі, її складові, або навпаки, коли підпорядковуюча ціль, інтегрується з підлеглих підцілей; генетичне підпорядкування підпорядкована ціль не є підціллю підпорядковуючої, але досягнення підпорядкованої мети є умовою досягнення підпорядковуючої.

Об'єктивне представлення складу цілей можна встановити відповідно до системного представлення виробничого процесу, канонічна модель якого включає вхід (виробничий і соціальний потенціали системи), оператора процесу (науково-технічний потенціал системи, мотивація праці), вихід (продукція, дохід, прибуток) і навколишнє середовище (ступінь невизначеності господарських, науково-технічних і соціальних параметрів зовнішнього середовища, рівень конкуренції на ринках, екологічні параметри).

Таке представлення виробничого процесу дозволяє визначити наступний склад цілей діяльності підприємств, що розглядаються як виробничо-господарська, соціальна і екологічна система:

А задоволення суспільних потреб в продукції і послугах підприємств;

A_1 задоволення суспільних потреб в праці як джерелі матеріальних благ (заробітку) і самостійної цінності (більше композиційно, ніж генетично підпорядкована цілі *А);*

В отримання доходу, достатнього для самоокупності підприємств, самофінансування виробничого, науково-технічного і соціального розвитку, подолання невизначеностей зовнішнього середовища і охорони навколишнього середовища;

B_1 отримання прибутку, достатнього для виживання в умовах конкуренції і підвищення конкурентоспроможності (ціль B_1 композиційно підпорядкована цілі *В*);

B_2 підвищення і (або) підтримка добробуту власників капіталу (генетично підпорядковує ціль B_1);

B_3 забезпечення доходів державного бюджету (генетично підпорядковує ціль B_1);

С підвищення і (або) підтримка виробничого потенціалу;

C_1 підвищення рівня науково-технічного розвитку виробництва (C_1 композиційно підпорядкована *С*);

Д підвищення і (або) підтримка рівня соціального розвитку трудового колективу;

$Д_1$ підвищення і (або) підтримка рівня заробітної плати і інших матеріальних благ;

$Д_2$ посилення мотивації високоякісної продуктивної праці (цілі $Д_1$ і $Д_2$ композиційно підпорядковані цілі *Д,* ціль $Д_1$ генетично підпорядкована цілі $Д_2$);

Е зниження збитку від негативного впливу господарських, науково-технічних і соціальних неопределенностей зовнішнього середовища;

Н запобігання нанесенню збитків навколишньому середовищу, що завдається в результаті виробничо-господарської діяльності, а також відновлення і відтворення природних ресурсів.

Сформована таким чином система цілей підприємств має генетичне підпорядкування по відношенню до головної підпорядковуючої цілі задоволення суспільних потреб в продукції і послугах, оскільки без потреб немає і виробництва. Виробництво потрібне тільки для задоволення потреб. Ця парадигма загальновизнана в економіці, соціології і підприємництві. Отримання доходу і прибутку досягається в результаті задоволення потреб, але не підпорядковуючою ціллю.

Проте є й інша точка зору підпорядковуючу ціль. Багато зарубіжних фірм і аналітики визнають підпорядковуючою ціллю отримання прибутку або підвищення потенціалу прибутковості [193]. При цьому задоволення потреб розглядається або як умова отримання прибутку, або як мета, генетично підпорядкована отриманню прибутку. У ряді випадків мета «задоволення потреб» просто ігнорується.

Задоволення потреб в продукції (послугах) не є єдиною підпорядковуючою ціллю. Об'єктивно підпорядковуючою ціллю є також ціль A_1 задоволення потреб в праці. Ця потреба зумовлюється, по-перше, необхідністю мати заробіток і, по-друге, визнанням людьми праці як самостійної цінності, що визначає якість життя. Через це ціль A_1 є підпорядковуючою нарівні з ціллю A.

Досягнення цілі A_1 особливо актуально з переходом до ринкової економіки, коли виникає проблема безробіття.

Створення споживчих вартостей забезпечується наявністю виробничого потенціалу (цілі C, C_1) і певного рівня соціального розвитку працівників (цілі $Д$, $Д_1$, $Д_2$), так що вказані цілі генетично підпорядковані цілі A. В інтересах спрямованості науково-технічного розвитку на задоволення потреб важливо досягти реального підпорядкування цілей C_1 (підвищення науково-технічного рівня виробництва) і $Д_2$ (посилення мотивації праці) цілі A.

Водночас, посилення мотивації праці (ціль $Д_2$) може бути досягнуте в результаті посилення мотивів заохочення до праці підвищення рівня

заробітної плати й інших матеріальних благ (ціль $Д_1$) і посилення мотивів схильності до праці задоволеності процесами праці в результаті науково-технічного розвитку виробництва (ціль C_1) і результатами праці, які привели б до задоволення потреб суспільства (ціль *А),* а також потреби особи в праці (ціль A_1).

Цілі *С* і *Д* самі є підпорядковуючими цілями: їм підпорядковані цілі *В*; $B_1 \in B$ так, що $B \setminus B_1 \subset Д_1$; $B_1 \subset (C, Д)$*. Ціль B_1 підпорядкована також цілям B_2 і B_3 так, що $B_1 \subset (B_2, B_3, C, Д)$.

Таким чином, мета отримання і підвищення прибутку підпорядкована чотирьом підпорядковуючим цілям:

- підтримка і підвищення виробничого потенціалу, зокрема науково-технічного рівня виробництва;
- підтримка і підвищення рівня соціального розвитку, зокрема заробітної плати;
- підтримка і підвищення добробуту власників-підприємців;
- забезпечення доходів державного бюджету.

Множинна підпорядкованість прибутку меті діяльності підприємств є джерелом низки проблем і суперечностей між власником, державою, органами влади регіону і трудовим колективом рис. 5.4.

---

* $\in$ знак композиційного підпорядкування; $\subset$ знак генетичного підпорядкування; $\setminus$ знак виділення частини з цілого (без B_1).

ІНТЕРЕСИ		власника	держави	підприємства	трудового колективу
	ЦІЛІ	B_2	B_3	C	$Д$
власника	B_2	—	$\frac{B_3}{B_2}$	$\frac{C}{B_2}$	$\frac{Д}{B_2}$
держави	B_3	$\frac{B_2}{B_3}$	—	$\frac{C}{B_3}$	$\frac{Д}{B_3}$
підприємства	C	$\frac{B_2}{C}$	$\frac{B_3}{C}$	—	$\frac{Д}{C}$
трудового колективу	$Д$	$\frac{B_2}{Д}$	$\frac{B_3}{Д}$	$\frac{C}{Д}$	—

рис. 5.4. Суперечності суперечностей між власником, державою/органами влади регіону і трудовим колективом.

Джерело: склав автор за [283, 285]

На рисунку в чисельнику вказана пріоритетна мета порівняно з метою, вказаною в знаменнику (B_2/B_3 B_2 має пріоритет над B_3 і т. п.). Як видно з рисунку є 6 ситуацій зіткнення інтересів сторін, що підлягають узгодженню в процесі формування механізму управління соціально-гуманітарним розвитку підприємництва регіону. Розглянемо зміст цих суперечностей.

а) ситуація B_2/B_3 пріоритет надано інтересам підвищення благополуччя власника порівняно з доходами державного бюджету. Інструменти узгодження інтересів: помірні ставки податку на прибуток; виключення з податкового законодавства «спокус» відходу платника податків від оподаткування; розумні законодавчі обмеження доходів власників власників крупних пакетів акцій.

б) ситуація B_2/C пріоритет надано інтересам власника в збиток реінвестуванню прибутку в розвиток; та ситуація C/B_2 підприємство обмежує інтереси власника і віддає пріоритет реінвестуванню прибутку в розвиток. Інструменти узгодження інтересів: прищеплення власникові підприємницького стилю поведінки; формування міцного ядра акціонерів, що віддають пріоритет зростанню вартості; проведення розумної дивідендної політики.

в) B_3/C інтереси органів державної влади в отриманні високих доходів від податку на прибуток зі всієї сукупності конкуруючих компаній мають

пріоритет перед інтересами окремого підприємства. *С/В₃* підприємство прагне зайняти домінуюче або монопольне становище на ринку. Способи узгодження інтересів: вибір підприємствами сфер діяльності, стратегії розвитку і стратегічних позицій в конкуренції, що забезпечують в перспективі високі прибутки і доходи державного бюджету; встановлення розумних ставок податку на прибуток і введення податкових методів заохочення інвестицій; раціональна антимонопольна політика держави.

г) ситуація *В₂/Д* інтереси власника домінують над інтересами трудового колективу: власник зацікавлений в підвищенні свого добробуту, зокрема за рахунок зниження витрат на соціальний розвиток; *Д/В₂* трудовий колектив зацікавлений в прискоренні соціального розвитку. Способи узгодження інтересів: раціональна структура акціонерної власності, що виключає глибоке майнове розшарування персоналу компанії, надання переважних прав працівникам підприємств неакціонерам на придбання акцій компанії; делегування представників трудового колективу для контролю за дотриманням інтересів колективу; підвищення ефективності виробництва на основі посилення мотивації праці.

д) ситуація *В₃/Д* інтереси держави переважають над інтересами трудового колективу: держава прагне підтримати або підвищити доходи бюджету за рахунок податку на прибуток без урахування потреби в соціальному розвитку трудових колективів, перекладаючи ці турботи на власників компаній і (або) на муніципальні органи управління; ситуація *Д/В₃* інтереси трудового колективу переважають над інтересами держави.

Способи узгодження інтересів: адаптація працівників підприємства до нових відносин, підвищення їх статусу як власників, вирівнювання ступеня майнового розшарування персоналу підприємств і власників; введення податкових методів заохочення соціального розвитку трудових колективів.

е) ситуація *Д/С* інтереси трудового колективу переважають над інтересами компанії; ситуація *С/Д* інтереси компанії переважають над інтересами трудового колективу. Компанія зацікавлена в капіталізації

прибутку. Способи узгодження інтересів: прищеплення навиків підприємницької поведінки керівництву компаній і навиків господарської поведінки трудовим колективам; соціальна орієнтація науково-технічного розвитку виробництва; посилення мотивуючої ролі соціального розвитку.

Неузгодженість інтересів у використанні прибутку посилюється необхідністю спрямування частини прибутку на запобігання екологічному збитку. Ця ціль в сучасних умовах виступає підпорядковуючою ціллю, поряд із задоволенням суспільних потреб в продукції, що випускається. Крім того, досягнення екологічної мети стає умовою виробництва внаслідок порушення середовища існування людини та виснаження природних ресурсів.

Таким чином, формування механізму управління соціально-гуманітарним розвитком підприємництва в регіоні передбачає збалансування інтересів всіх зацікавлених осіб на основі принципів державно-приватного партнерства в межах визначеної стратегії розвитку.

5.2. Інструментарій державної підтримки регіонального розвитку підприємництва в соціально-гуманітарному аспекті.

Цілком зрозуміло, що відчутний вплив на розвиток підприємництва регіону має цілий спектр важливих напрямків економічної і соціальної політики, таких, які орієнтовані на макроекономіку, інфраструктуру та соціальний захист. Однак ці політичні напрямки не орієнтовані на всі види підприємств. Щодо підприємництва базованого на креативному потенціалі і знаннях двома основними економічними мотивуючими елементами політики є:

1) провали ринку, характерні для цього сегменту підприємств за їх розмірами;

2) стимулювання конкретного економічного вкладу таких підприємств в регіональний економічний розвиток, зокрема, з точки зору створення робочих місць на певній території.

Незважаючи на те що склався широкий консенсус щодо наявності провалів ринку, думки розділилися з питання про конкретний економічний внесок креативного і малого інноваційного підприємництва [313].

Щоб досягти найбільшого прогресу, необхідно здійснювати оцінку політики щодо підприємництва з точки зору кількісного їх впливу на регіональний розвиток. Це дозволить місцевим органам влади відслідковувати результати, порівнювати витрати з економічними і соціальними вигодами і оцінювати результативність політики щодо підприємництва в порівнянні з іншими практичними діями, що не націлені на підприємства.

На стільки ж важливо сприяти культурі проведення кількісних оцінок, оскільки органи влади і місцевого самоврядування, іноземні донори витрачають значні кошти на заходи щодо розвитку підприємництва.

При розробці інструментарію державної підтримки та стимулювання забезпечення соціально-гуманітарного розвитку підприємництва в регіоні треба враховувати, що:

- одним з найважливіших факторів розвитку підприємстві будь-яких розмірів є макроекономічна політика: кредитно-грошова, фінансова, бюджетно-податкова політика і політика валютного курсу, що не тільки безпосередньо впливають на вартість кредитів та інших виробничих ресурсів підприємств, а й впливають на сукупний попит. Політика щодо розвитку підприємництва буде ефективна, тільки якщо вона супроводжується допоміжними заходами макроекономічної політики, що сприяють зростанню продуктивності внутрішньому і зовнішньому попиту на фоні економічної стабільності.
- інвестиційна політика і політика у сфері фізичної інфраструктури відіграють важливу роль у подоланні одного з найгостріших викликів, з

якими стикаються підприємства, а саме відсутність адекватної інфраструктури.

- галузева політика, що включає зусилля урядів щодо сприяння конкретним секторам підприємств, які, як очікується, повинні прискорити процес структурних перетворень приводить до розширення перспектив забезпечення інклюзивного росту.
- серйозною перешкодою на шляху розвитку підприємств є невідповідність між рівнем професійної кваліфікації робочої сили і вимогами підприємств. Важлива роль в рішенні цієї проблеми відводиться політиці щодо підвищення кваліфікації кадрів, що включає аспекти загальної освіти і безперервного навчання. Ця політика вкрай необхідна для забезпечення підвищення продуктивності підприємств будь-яких розмірів, і в свою чергу, є ключовою передумовою для створення більшої кількості робочих місць кращої якості.

В вітчизняних реаліях можуть бути реалізовані наступні групи інструментів, державної підтримки та стимулювання забезпечення соціально-гуманітарного розвитку підприємництва в регіоні, що довели свою ефективність в різних країнах світу:

1. механізм полегшення доступу до фінансування;
2. механізм формування навиків підприємництва;
3. механізм формування сприятливих умов розвитку;
4. механізм формалізації неформальної зайнятості;
5. механізм що сприяє росту продуктивності і покращенню умов праці.

Такі механізми мають бути реалізовані на основі окремих програм в межах регіональних проектів на основі концептуальних моделей дій (моделей управлінських процесів).

Розглянемо пропоновану структуру кожного механізму детально.

Механізм полегшення доступу до фінансування (рис. 5.5).

Підприємства часто обмежені в доступі до фінансування, тому багато програм розвитку підприємництва націлені на забезпечення їм доступу до

фінансових послуг, таких як кредити, позики, ощадні продукти, страхування і лізинг. Найчастіше вони спрямовані не тільки на забезпечення доступу підприємств до цих послуг, якими в багатьох випадках вони не могли користуватися перш, але й на зниження вартості послуг.

Доступ до фінансування повинен забезпечити фінансові ресурси, необхідні для підтримки і розширення діяльності підприємств, має сприяти підвищенню рівня продуктивності, що веде до зростання їх товарообігу і прибутків і в кінцевому рахунку, до збільшення попиту на робочу силу, а також до підвищення доходів і розширення зайнятості в регіоні.

Механізм формування навиків підприємництва (рис. 5.6). Навчання навичкам підприємництва охоплює всі види навчання, що формують такі навички, які дозволяють створити нове підприємство або оптимізувати сновні управлінські та адміністративними служби діючих підприємств. Це включає в себе спеціальні програми для підприємців.

Ці програми покликані відточувати навички управління у потенційних і існуючих підприємців, які по завершенні навчання можуть відкрити нову справу або розширити існуюче підприємство. Використовуючи знову набуті навички, бенефіціари повинні зуміти підвищити продуктивність своїх підприємств, що призведе до збільшення попиту на робочу силу, утворення додаткових доходів і розширення зайнятості.

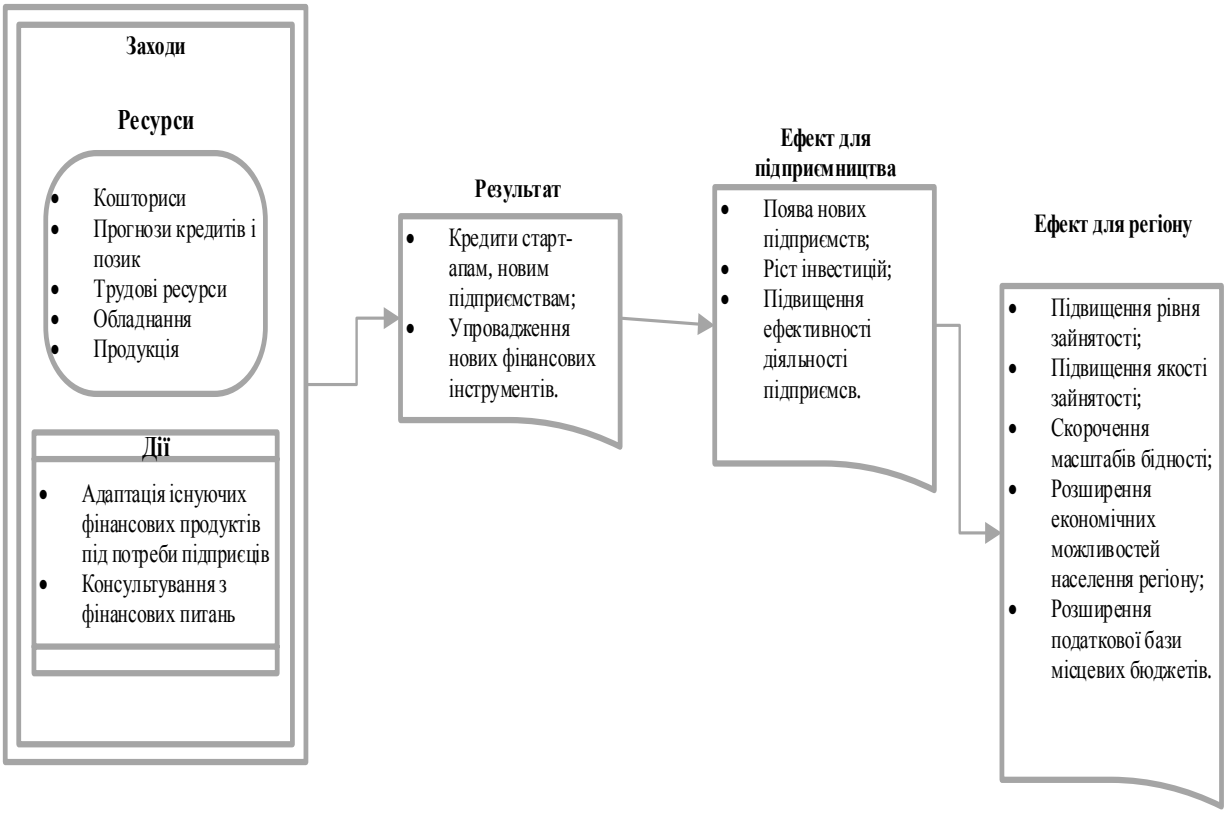


Рис. 5.5. Механізм полегшення доступу до фінансування (модель проектних дій)

Джерело: склав автор

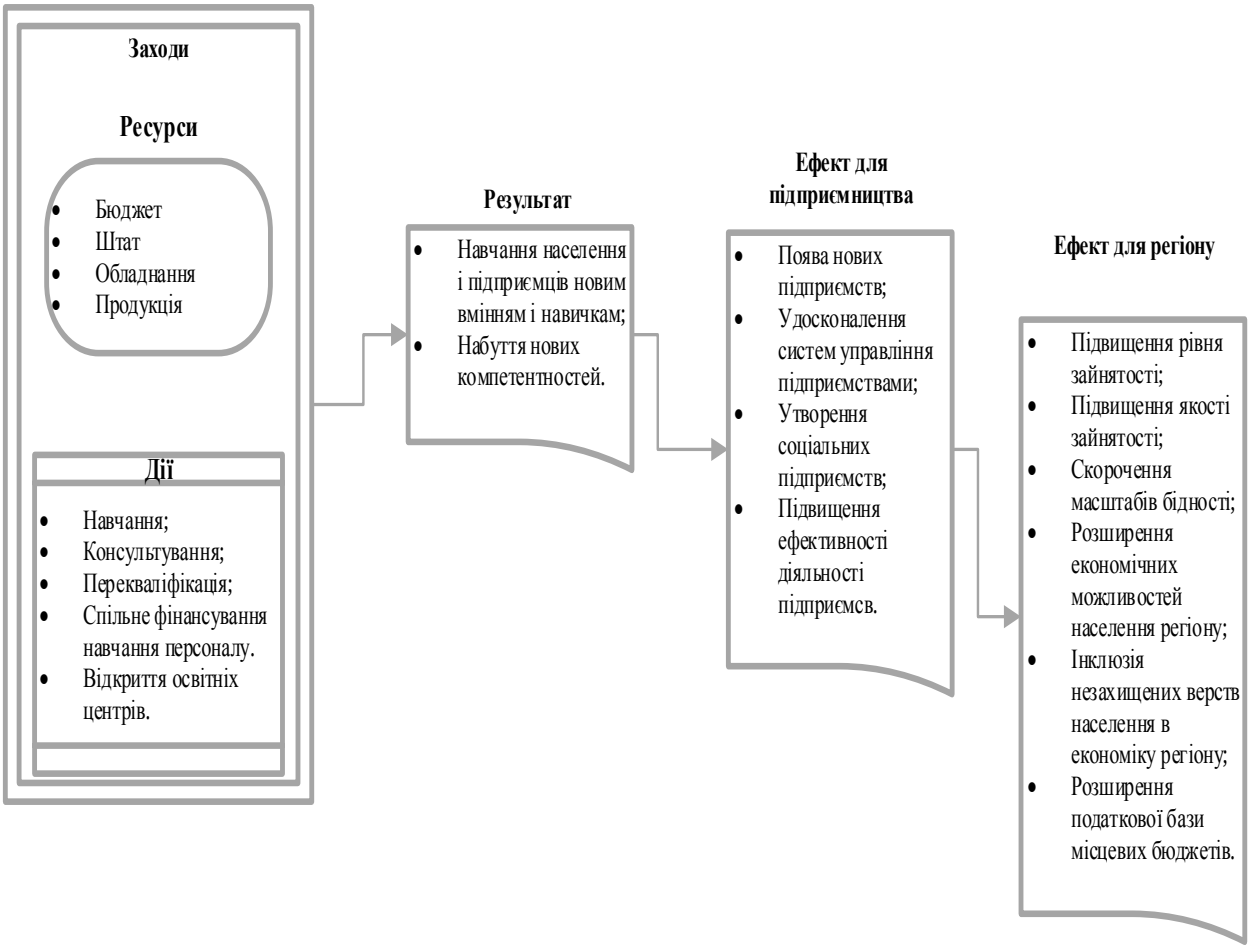


Рис. 5.6. Механізм формування навиків підприємництва (модель проектних дій)

Джерело: склав автор

Зазначимо, що представлений на рис. 5.6. механізм формування навиків підприємництва тісно пов’язаний з розвитком інклюзивної економіки.

Інклюзивна економіка є одним із пріоритетів глобального розвитку до 2030 року. Україна може адаптувати його і до своїх умов, розвиваючи малий та середній бізнес та мотивуючи працівників до покращення результатів роботи підприємств. Інклюзивність економіки є реальною можливістю для України забезпечити економічне зростання та розвиток промисловості. Особливого значення в цьому аспекті набуває розробка комплексного дієвого законодавства у сфері підприємництва, оскільки на сьогодні практично відсутні фінансові механізми для його просування.

Україна може використати основні положення європейської моделі розвитку малого та середнього бізнесу, яка продемонструвала хороші результати у ряді країн і призвела до формування середнього класу.

Глобальна індустріалізація та урбанізація спричинили масову міграцію працездатного населення з вітчизняних сіл. Таку плачевну ситуацію можна змінити, запровадивши модель спільної власності робітників та інвесторів. Найняті працівники стануть співвласниками бізнесу, не вкладаючи власних коштів. ESOP є найпростішим шляхом впровадження інклюзивної економіки в Україні. Вона спричинить появу спільних інтересів елітарних верств та простого народу, розвиток бізнесу та держави загалом.

Кооперативна модель, яка позиціонує надання широких прав і забезпечення можливостей працівникам, що є співвласниками бізнесу, виявилась придатною для багатьох зарубіжних підприємств різних розмірів. Значний ефект вона продемонструвала у сільськогосподарській галузі, в промисловості, сфері надання послуг, у банківському та фінансовому секторах. Інклюзивність та соціалізація стали основними вимогами сучасного інноваційного виробництва та хай-тек економіки [91]. Застосування моделі ESOP в українських підприємствах може забезпечити подолання соціальної нерівності, зміцнення середнього класу та формування соціального підприємництва в українському суспільстві.

Одним із визначальних факторів забезпечення соціально-економічного розвитку держави є демографічний чинник, який характеризує якість забезпечення умов розвитку народонаселення. Демографічні показники працездатного населення та показники демографічного розвитку країни спричиняють суттєвий вплив на розвиток трудового потенціалу і, тим самим на сукупний національний дохід. Результати досліджень стану демографічної ситуації в сучасній Україні свідчать про наявність глибокої демографічної кризи. Сприяло цьому і раптове збідніння та втрата перспектив для значної частини населення на сході України внаслідок воєнної експансії Росії. Зменшення народжуваності спричиняють і зниження матеріальної

забезпеченості громадян, роз'єднання родин і збільшення смертності чоловіків.

Суттєво впливають на соціально-демографічну ситуацію і міграційні процеси, що за останні роки набули кризових масштабів, та якість охорони здоров'я, яка погіршується з року в рік. Здоров'я як соціальна категорія залежить від стану середовища проживання людини та умов її діяльності [84].

В Аналітичній доповіді, розробленій для Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2015 році» зазначено, що розвиток кризових процесів у соціально-демографічній сфері України за останні роки характеризувався непередбачуваною інтенсивністю та набув катастрофічних масштабів, що спричинило формування суттєвих загроз соціальній безпеці країни [92].

За показниками соціально-економічного розвитку Україна наразі посідає далеко не top-місця у світових рейтингах. Для забезпечення сталого розвитку їй сьогодні потрібно визначити основні орієнтири на найближчий період, серед яких чільне місце займають структурні зміни економіки. Щоб подолати наслідки фінансово-економічної кризи, військового конфлікту з Росією та впровадити нову модель економічної системи, Україні потрібні якісні структурні трансформації [93, с. 4].

Питання забезпечення соціально-економічного розвитку регіонів країни шляхом просування соціального підприємництво останнім часом стало актуальним і в Україні. Таку модель ведення бізнесу почали досліджувати ще на початку 2000-х. Однак, на сьогодні ще не розроблено загальноприйнятих механізмів дії соціального підприємництва. Представники бізнесу не знають, як використати цей інструмент для розв'язання гострих соціальних проблем, а влада та суспільство не бачать його переваг.

Соціальне підприємництво це бізнес, який, на відміну від традиційного, започатковують, зокрема, і для вирішення суспільних проблем. Український варіант ринкової економіки не є досконалим. Держава на зможе розв'язати всі соціальні проблеми навіть при великому бажанні. Влада,

традиційне підприємництво, особливо великі корпорації, прагнуть збільшення своїх прибутків і не мотивовані у вирішенні гострих суспільних питань. Соціальне підприємництво в Україні може стати механізмом соціалізації економіки та суспільства.

Благодійність вже охопила сферу харчування, продажі, вирішення проблеми твердих відходів тощо. Соціальне підприємництво стало бізнесом, основна ціль якого вирішити основні соціальні проблеми. Прибутки спрямовують на подальший розвиток бізнесу, благодійну діяльність та вирішення нагальних суспільних проблем. Зазвичай місією соціального підприємства є створення можливостей для самореалізації та фінансової самостійності малозабезпечених верств населення, наприклад людей з особливими потребами [94].

Соціальний бізнес хоча б частково вирішує проблеми окремих категорій (людей з обмеженими можливостями, безробітних, груп ризику), зокрема у подоланні соціальної ізольованості. Такі підприємці пропонують нові, малоприбуткові для традиційних підприємств, види сервісу, та креативні виробництва, тим самим вирішуючи замість держави важливі суспільні проблеми.

В умовах, що склались сьогодні в Україні, просування соціального підприємництва є надзвичайно актуальним. Однак, соціальний бізнес в Україні ще не став масовим. Експерти пояснюють таку ситуацію тим, що для виконання проектів впровадження соціального підприємництва обирались, зазвичай, громадські організації, які не були зацікавленими у розвитку власного бізнесу, а лише прагнули отримувати кошти від міжнародних донорів. Окрім того, ведення бізнесу в Україні є ризикованим більше 70% новостворених підприємств банкрутують протягом першого ж року діяльності [95].

Соціальне підприємництво є спробою приватного бізнесу взяти на себе відповідальність за суспільний розвиток та вирішення головних соціальних завдань шляхом вкладання своїх коштів чи створення робочих місць.

Більшість великих компаній давно віддають частку свого прибутку на задоволення суспільних потреб. Такі жести зазвичай називають благодійністю, меценатством або корпоративною філантропією. Сьогодні і малий бізнес приєднався до такої ініціативи. Середні та малі підприємства скеровують своєю діяльністю на вирішення соціальних проблем місцевого та навіть загальноукраїнського рівнів. Кількість соціальних підприємств в Україні зростає. Така суспільно відповідальна комерція може вирішити нагальні соціальні проблеми в регіонах та відродити національну економіку [96]. Однак, реальним підтвердженням просування соціального підприємництва в Україні стане кооперація соціальних підприємців для обміну досвідом і впливу на державну політику.

Соціальні підприємства в Україні є інструментом здійснення благодійності. У світлі останніх подій в Україні все більше людей прагнуть допомогти тим, хто потребує підтримки. Особливе місце серед них займають соціальні підприємці. Це не благодійні організації. Вони функціонують як класичний комерційний бізнес, але змінюють суспільне життя на краще. Соціальне підприємництво не залежить від донорських коштів та віддає частину своїх прибутків на доброчинність. В Україні на часі заміна благодійності на соціальне підприємництво, що зробить можливим розвиток національної соціально орієнтованої ринкової економіки.

Соціальне підприємництво є відносно новою тенденцією в Україні. Сьогодні зареєстрували свою діяльність лише близько 50–100 соціальних підприємців, які працюють в цій сфері останні кілька років. Було впроваджено кілька проектів, які підтримували іноземні донори з метою сприяння розвитку соціального підприємництва. Однак, багато некомерційних організацій в Україні зацікавлені у використанні соціальних підприємств в якості додаткового джерела доходів для підтримки їхньої пропагандистської діяльності. Окрім того, загальний бізнес-клімат і відсутність верховенства закону також є серйозними перешкодами для просування соціального підприємництва [97].

З юридичної точки зору в Україні не існує соціального підприємництва через відсутність законодавчої бази. Не розроблено нормативно-правове забезпечення та не проводились емпіричні дослідження діяльності соціальних підприємств, зокрема соціологічне опитування та статистичний аналіз. Тому на сьогодні не відомі реальні масштаби діяльності цього сектора і його ключові особливості. Виникають труднощі і при ідентифікації бізнес-моделей, які використовують соціальні підприємства (SE) у межах всієї країни. Сучасні науковці ще не прийшли до спільної думки стосовно типології існуючих моделей соціальних підприємств в Україні і зазвичай класифікують їх по різному [98, с. 9].

Так О. Сотула визначає три форми (моделі) соціального підприємництва в Україні [99]:

- некомерційна організація, що працює в секторі своєї основної діяльності;
- некомерційна організація, яка використовує комерційну структуру для фінансування програм Організації за рахунок накопиченого доходу;
- юридична особа (підприємство для людей з особливими потребами), яка не сплачує податки, якщо більше 50% її співробітників складають люди з обмеженими фізичними або психічними можливостями.

Проте, ця класифікація не застосовна до визначення загальної моделі соціального підприємства в Україні, оскільки визначена лише для некомерційних організацій та юридичних осіб для людей з обмеженими фізичними можливостями.

Типологія соціальних підприємств Донбасу розроблена Департаментом міжнародного розвитку Великобританії у 2002 р. Вона передбачала чотири моделі майбутніх життєздатних соціальних підприємств в Україні, в залежності від виду суб’єкта підприємницької діяльності:

- комерційне підприємство, створене членами товариства в формі економічного союзу;
- комерційне підприємство, створене за допомогою неурядової організації (НУО), прибуток якої використовується для виконання цілей НУО;
- створене юридичною особою комерційне підприємство, більша частина прибутку якого реінвестується для соціальних цілей; перерозподіл прибутку контролюється представниками громадськості;
- комунальне (належить громаді) некомерційне об'єднання підприємств для досягнення соціальних, екологічних та етичних цілей.

Проте, ця класифікація не враховує одну потужну групу соціального підприємств в Україні, а саме неурядові та благодійні організацій, які діють без створення комерційного підприємства на основі приватної (некомунальної) власності.

Окремі вчені використовують організаційно-правові форми соціальних підприємств в якості критеріїв класифікації для визначення моделей соціального підприємства. На такій основі виділяють дві основні групи соціальних підприємств: моделі часів комуністичного режиму та моделі, які виникли після переходу до ринкової економіки.

Після переходу української економіки до ринкової виникли такі моделі соціального підприємництва:

- індивідуальний підприємець;
- неурядова організація;
- індивідуальний підприємець, зареєстрований як НУО;
- благодійний фонд;
- товариство з обмеженою відповідальністю;
- профспілкова організація підприємства.

Більшість організацій, зареєстрованих в Україні як соціальні підприємці, мають одну з трьох організаційно-правових форм: індивідуальний підприємець, індивідуальний підприємець, зареєстрований як НУО та неурядова організація. У зв'язку з цим виникають юридичні протиріччя з чинним законодавством України стосовно визначення таких категорій. Однак, незважаючи на цей правовий антагонізм, перераховані форми (моделі) є визначальними для класифікації вітчизняних соціальних підприємств.

Діяльність благодійних фондів в Україні регулюється Законом про благодійництво та благодійні організації [100]. Благодійні фонди не можуть отримувати доходи і розподіляти їх серед засновників, членів органу управління або працівником фонду. Вищим органом управління фонду є загальні збори організації. Але господарська діяльність благодійних фондів обмежена та спрямована на підтримку та захист прав бенефіціарів, які не прагнуть задовольняти потреби всієї спільноти.

Соціальні підприємства з формою товариств з обмеженою відповідальністю виникають, коли неурядові некомерційні організації (або інші юридичні особи) і/або ініціативна група людей зареєстрували комерційну організацію (юридичну особу). Ці компанії об'єднують капітал засновників (власність) з метою отримання доходу. Такі бізнес-структури мають статутний фонд, розділений на частини, які регулюються нормативними документами. Ключовою особливістю управління Товариства з обмеженою відповідальністю є розподіл права голосу відповідно до часток учасників у загальному обсязі капіталу. «Соціальна» складова цього підприємства в більшості випадків обмежується тим, що частина прибутку підприємства використовується для фінансування статутних завдань материнської компанії.

Громадське об'єднання є організаційною формою, яка знаходиться найближче до соціального підприємства в українському контексті. За нашим законодавством це незалежна комерційна організація (добровільне об'єднання), створена одним засновником і заснована на приватній властивості членів об'єднання з метою проведення економічної діяльності для

задоволення своїх потреб, зокрема суспільних, соціальних, екологічних та інших [89].

Типологію соціальних підприємств досліджувала і О. Кірєєва. Вона використала основні положення Концепції з соціальних питань для розробки класифікації на основі аналізу конкретних особливостей діяльності соціальних підприємств у Львівській області. У результаті було визначено п'ять основних моделей соціальних підприємств [101]:

- модель підтримки підприємця;
- модель ринку посередника;
- модель ринку зв'язку;
- модель зайнятості;
- модель субсидування.

Однак, автор не описала ці моделі в конкретному контексті українських реалій. У Проекті Концепції соціального розвитку підприємництва у Львівській області, окрім п'яти моделей, запропонованих О. Кірєєвою, додатково введено ще дві: плата за послуги та організаційні моделі підтримки.

Такий підхід до ідентифікації моделей соціальних підприємств є найбільш прийнятним, оскільки він розроблений на основі аналізу емпіричних даних діяльності конкретних підприємств. Соціальне підприємництво ставить перед собою як соціальні, так і економічні цілі [102]. Соціальні підприємства поєднують свою комерційну діяльність і пріоритети соціальної мети. Тому соціальні підприємства, що працюють в одній галузі або вирішують одні і ті ж соціальні проблемами, можуть використовувати однакові методи для досягнення своїх соціальних цілей, а отже вони складають одну модель соціальних підприємств.

Такий підхід не застосовний для класифікації соціальних підприємств на основі їх організаційно-правових форм. Підприємства, віднесені на його основі до однієї моделі, в окремих випадках мають мало спільного, що унеможливлює дослідження особливостей та прогнозування розвитку кожної моделі.

В. Бібікова запропонувала консолідувати окремі з перерахованих вище моделей. Зокрема, вона вважає, що модель підтримки підприємця, модель ринку посередника і моделі ринку зв'язку потрібно об'єднати в одну групу під назвою модель підтримки підприємця, оскільки всі вони передбачають надання посередницьких послуг іншим організаціям та забезпечення їхнього виходу на ринок. Автор виділяє п'ять основних моделей соціальних підприємств, виходячи з особливостей їхньої діяльності. Ці моделі повністю описують всю різноманітність соціальних підприємств в Україні [98].

1. Модель підтримки підприємця. Компанії, що належать до цієї моделі, надають своїй цільовій аудиторії (потенційним підприємцям) послуги, необхідних для успішного відкриття та розвитку власного бізнесу:

- консультаційні послуги (наприклад, юридична підтримка, консультування з питань бізнесу та управління);
- мікрофінансування;
- бухгалтерські послуги;
- маркетингові послуги;
- тренінги, семінари, майстер-класи для професійного розвитку співробітників;
- дослідження ринку;
- сприяння у виробництві та реалізації продукції.

Послуги, що надаються підприємствами цієї моделі, як правило, складають соціальну програму підприємства. Проте, вони можуть також залучати свої ресурси для досягнення соціальних цілей.

Споживачами соціальних підприємств даної моделі є юридичні та фізичні особи, які працюють над створенням або розвитком власного бізнесу.

Хоча існує багато фінансових і консалтингових установ в Україні, модель підтримки підприємця є однією з найменш розвинених моделей соціальних підприємств, в першу чергу через низький рівень життя, що, в свою чергу, обмежує обсяг наявних фінансових ресурсів, які необхідні для надання

кредитів. Крім того, рівень «фінансової грамотності» широкого загалу є невисоким, також існує невизначеність стосовно законності кредитів, наданих небанківськими установами.

Лише два з 54 досліджених соціальних підприємств займаються мікрофінансуванням і можуть бути віднесені моделі мікрофінансування. Крім того, спеціалізація у цій сфері є дуже відносною, оскільки підприємства цієї групи зазвичай займаються додатковими видами діяльності, зокрема наданням бухгалтерських послуг.

Ця модель також включає і кредитні спілки, жодна з яких не була обрана для аналізу як соціальний підприємець в Україні. Це некомерційні організації, засновані на кооперативних принципах, які прагнуть задовольнити потреби своїх членів шляхом надання взаємного кредитування і фінансових послуг за рахунок фінансових внесків членів спілки. Ці організації можуть надавати кредити і приватним підприємствам та особам, які не є членами профспілки. Кредитні спілки можуть також фінансувати інші аналогічні союзи і проводити благодійні заходи.

Кількість кредитних спілок в Україні з кожним роком збільшується. Цей факт можна розглядати як позитивну тенденцію з точки зору подолання головної проблеми соціальних підприємств в Україні нестачі фінансових ресурсів.

Серед переваг підприємств, які входять до моделі підтримки підприємця, здатність підвищувати добробут своїх співробітників і клієнтів, збільшуючи свою частку на ринку та прибутковість. Розвиток цієї моделі також відображає концепцію інформатизації суспільства, відповідно до якої зростає роль надання послуг. На жаль, процеси, які відбуваються в Україні з 2014 року, змушують вітчизняні підприємства зосередити свою увагу на найбільш важливих і прибуткових сферах їхньої діяльності. Це, поряд зі зростанням вартості капіталу і зниження доступності капіталу, дає можливість прогнозувати, що розвиток цієї моделі соціального підприємства буде залишатися на низькому рівні в найближчому майбутньому.

2. Модель зайнятості (робота по інтеграції).

Компанії, що належать до цієї моделі, забезпечують можливості зайнятості та професійної підготовки для вразливих груп населення (інвалідів, сільських робітників, бездомних, колишніх в'язнів, жінок у важкій життєвій ситуації, наркоманів і алкоголіків) [98].

Такі підприємства надають допомогу у працевлаштуванні, проводячи навчання для бажаючих отримати професії, що не вимагають високої кваліфікації, і для яких існує попит на ринку. Частина компаній, що відносяться до моделі зайнятості, надають роботу людям з особливими потребами. Багато з таких підприємств досягли стадії сталого розвитку та здатні підтримувати свій бізнес самостійно за рахунок продажу товарів і/або надання послуг. Прибуток розподіляється між реінвестуванням та соціальними цілями, відсоток залежить від внутрішніх правил організації.

Розвиток цієї моделі соціального підприємства є одним з найважливіших для України, оскільки сьогодні спостерігається високий рівень безробіття, спричиненого політичною те економічною кризами в поєднанні з соціальною нестабільністю. Зростання цієї моделі підприємств (як якісне, так і кількісне) дасть можливість знизити соціальну напруженість в українському суспільстві за рахунок зниження рівня нерівності. Проте, низький рівень інноваційності підприємств, що належать до цієї моделі, створює серйозні проблеми для розвитку цієї моделі зайнятості.

3. Модель субсидування. Соціальна місія і комерційна діяльність підприємств цієї категорії не пов'язані. Їхня комерційна діяльність орієнтована виключно на отримання прибутку, який використовується для фінансування соціальних програм. Крім того, підприємства цієї моделі здійснюють свою економічну діяльність та виконують соціальну програму самостійно, без будь-яких додаткових підпорядкованих структур.

Значна частка прибутку (зазвичай, не менше 50% від доходу компанії) витрачається на соціальні потреби. Окремі підприємства реінвестують основну частину свого прибутку. Найбільш поширеними правовими формами

таких підприємств є товариство з обмеженою відповідальністю та індивідуальний підприємець.

Недоліком підприємств такої моделі те, що комерційна діяльність і соціальна місія ізольовані одна від одної. Однак, підприємства цього типу мають хороші шанси для просування в рамках української економіки, оскільки види діяльності, які вони можуть займатися не обмежені.

4. Модель плата за послуги. Українські юридичні особи, що належать до цієї моделі, надають своїй цільовій аудиторії (діти, інваліди, безробітні, молодь тощо) послуги, які є джерелом доходу для організації і одночасно складають її соціальну програму. Найбільш поширеною правовою формою таких підприємств є підприємства, створені за ініціативою громадських організацій (об'єднань громадян) або кооперативів, які працюють у сфері послуг. Поряд з послугами, що надаються, компанія в окремих випадках виробляє деякі товари [98].

Найбільш поширеними послугами, які надають соціальні підприємства моделі оплата за послуги, є активний відпочинок, спорт, освітні і розвиваючі послуги для дітей з особливими потребами, медична допомога, неформальна освіта, реабілітація, телекомунікаційні послуги тощо. Основними споживачами є молодь, діти, малозабезпечені сім'ї, інваліди, та творчі люди (наприклад, художників). Підприємства цієї групи широко використовують працю добровольців. Усі отримані прибутки реінвестуються (до 90%) або використовуються для досягнення соціальних цілей підприємства (від 10 до 100%).

Цей тип моделі соціальних підприємств є одним з найбільш передових в Україні. Пропоновані продукти або послуги повинні бути конкурентоспроможними на ринку, щоб генерувати достатні фінансові ресурси не тільки для забезпечення виживання підприємства, але і для покриття витрат, пов'язаних з забезпеченням цільової аудиторії цими товарами безкоштовно або за зниженою ціною. Крім того, такі підприємства шукають ефективні методи надання послуг з метою залучення якомога більшої

кількості бенефіціарів. Соціальні підприємства цієї групи широко використовують інновації та креативність.

В. Бібікова вважає, що соціальні підприємства, що належать до моделі плата за послуги, найкраще адаптовані до українських реалій. Вони найбільш інноваційні, творчі та гнучкі. Більше того, вони, як правило, не потребують значних ресурсів (людських, законодавчих, стартового капіталу) для заснування. Такі мають найбільші шанси, щоб успішно розвиватись і стати ядром українського соціального підприємництва.

5. Модель організаційної підтримки. Ключовою особливістю підприємств цієї групи є те, що вони використовують дохід, отриманий від їхньої комерційної діяльності, для підтримки своєї головної організації. Підприємства, що належать до цієї моделі, можуть бути підпорядковані неурядовим організаціям, об’єднанням, індивідуальним підприємцям або товариствам та прагнути фінансової незалежності та автономії. Вони використовують працю добровольців, а сфера їхньої діяльності може варіюватися від виробництва до надання послуг [98].

Цільовою аудиторією комерційних продуктів цих компаній, як правило, є приватні особи або підприємства. Зазвичай весь прибуток розподіляється між реінвестуванням та соціальними цілями.

Недоліком цієї моделі соціального підприємства є ізольованість ділової активність та соціальних цілей. Проте, модель організаційної підтримки має досить високі шанси розвиватися в Україні завдяки своїй гнучкості з точки зору вибору організаційно-правових форм і видів комерційної діяльності.

Не всі існуючі соціальні підприємства можуть бути безпосередньо віднесені до однієї з п’яти запропонованих моделей у зв’язку з характером їх діяльності. Наприклад, окремі з них займаються виробництвом і продажем та використовують свій прибуток для підтримки некомерційних проектів громадської організації, одночасно створюючи робочі місця для соціально незахищених груп населення. Такі соціальні підприємства можна віднести як до моделі зайнятості, так і до моделі організаційної підтримки.

Моделі соціального підприємництва в Україні все ще знаходяться на початкових етапах їх формування і не завжди можуть оцінюватися як повноцінні соціальні підприємства.

Механізм формування сприятливих умов розвитку.

Сприятливими умовами розвитку підприємництва включає в себе економічні, політичні, соціальні і екологічні умови, що регулюють підприємницьку діяльність. Це одна зі складових інвестиційного клімату, яка включає в себе адміністративні і контрольні механізми, створені для реалізації державної політики, а також інституційні механізми впливу на діяльність ключових учасників соціально-економічного життя в регіоні.

Створення сприятливих умов являє собою складну задачу і вона охоплює різні функціональні області, що впливають на ділову активність, у тому числі: спрощення процедур реєстрації та ліцензування підприємств; оптимізацію податкової політики і адміністративного управління; розширення доступу до фінансових ресурсів; адаптацію трудового законодавства і системи регулювання питань праці; підвищення загальної якості нормативно-правового регулювання; вдосконалення системи прав на землю, реєстрів і адміністративного управління; спрощення та прискорення доступу до комерційних судів і альтернативних механізмів розв’язання суперечок; розширення процесів державно-приватного діалогу, в тому числі сприяння соціальному діалогу; а також розширення доступу до ринкової інформації.

Перераховані вище заходи часто приносять користь підприємствам будь-яких розмірів, проте їх проведення нерідко аргументується їх особливим значенням для малого підприємництва.

Крім того, в деяких країнах діє режим повного звільнення від дотримання нормативних вимог або порогового рівня їх дотримання, який розповсюджується на сегмент підприємств певного розміру. Широко поширеною практикою є податкові пільги для малих підприємств і їх звільнення від виконання певних вимог трудового законодавства; крім того,

встановлюються особливі правила закупівель і формуються програми ринкового резервування для таких підприємств [286].

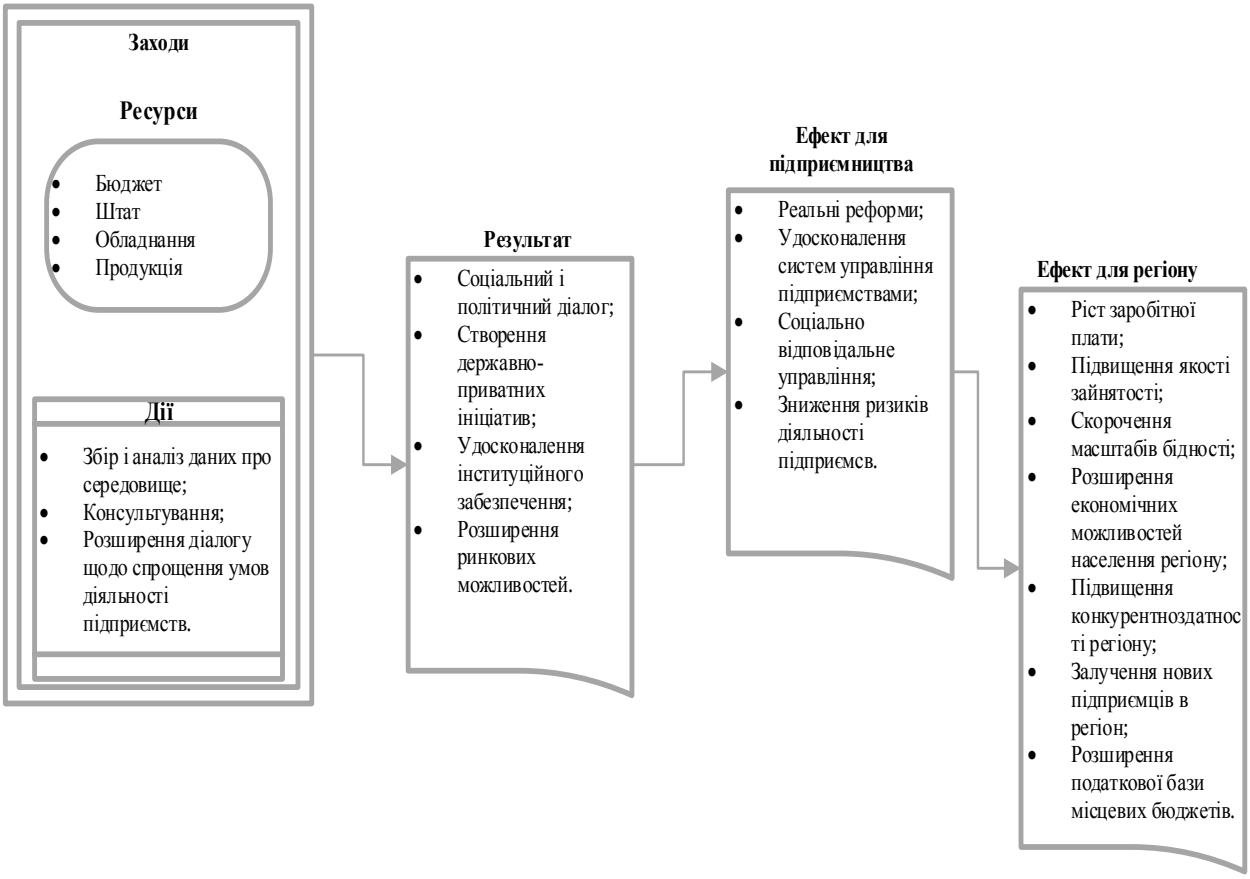


Рис. 5.7. Механізм формування сприятливих умов розвитку (модель проектних дій)

Джерело: склав автор

Механізм формалізації неформальної зайнятості.

Існує безліч неформальних підприємств, особливо в країнах, що розвиваються. Високий рівень неформальної підприємницької діяльності пов’язаний з рядом негативних явищ, таких як низька продуктивність, слабка податкова база, нестабільні умови праці та недобросовісна конкуренція. Тому як органи місцевого самоврядування, уряд, так і соціальні партнери вкрай зацікавлені в формалізації підприємництва.

Заходи, спрямовані на формалізацію підприємництва, як правило, розглядаються як технічна складова режиму сприятливих умов, оскільки вони

пов'язані зі створенням рамкових умов, необхідних для забезпечення належного поєднання стимулів і санкцій з метою підвищення рівня формалізації зайнятості.

На рис. 5.8. представлена модель дій, пов’язаних із вжиттям заходів, направлених на формалізацію підприємств. Як правило, ці заходи спрямовані на спрощення процесу реєстрації неформальних підприємств і на розширення вигоди від формалізації. Основне припущення полягає в тому, що високі витрати на реєстрації і функціонування формального підприємства, а також обмежені вигоди, одержувані від формалізації є основними причинами збереження неформальності. Тому зниження витрат на формалізацію і розширення вигод повинні привести до росту числа зареєстрованих підприємців формальної економіки.

Одним з ключових припущень є те, що зниження витрат на дотримання нормативних вимог вивільняє ресурси, які потім можуть бути використано для додаткових інвестицій, створення робочих місць і поліпшення умов праці. Як додатковий аргумент часто наводять той факт, що оскільки тільки формальні підприємства отримують доступ до державних послуг підтримки бізнесу, формальних банківських послуг і субсидій на інноваційний розвиток виробництва і технологій, розширення формальної економіки спричинить ефект в сфері занятості.

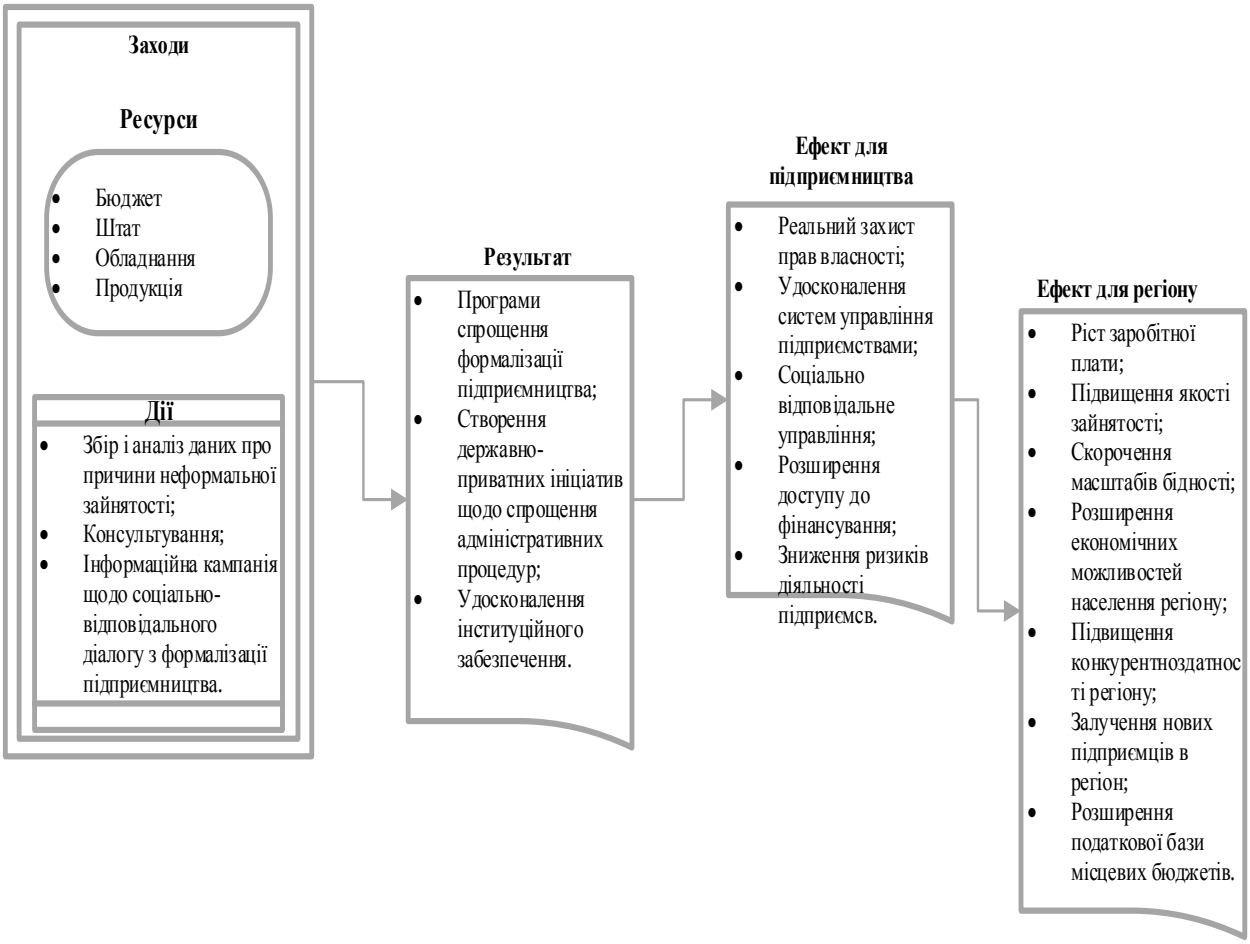


Рис. 5.8. Механізм формалізації неформальної зайнятості (модель проектних дій)

Джерело: склав автор

Механізм, що сприяє росту продуктивності і покращення умов праці. Як підкреслює Міжнародна організація праці, значна частина незаможного населення бере участь у трудовій діяльності. Причиною бідності є не відсутність економічної активності, а менш продуктивний характер трудової діяльності. З урахуванням результатів досліджень [346] важливо прагнути до підвищення рівня продуктивності як засобу боротьби з бідністю і як способу підвищення рівня життя населення.

Аналіз основних факторів продуктивності на рівні окремих країн ясно показує, що найбільш важливий з них це вдосконалення підприємством своєї профільної діяльності [346].

У світлі емпіричних даних про підприємництво як головне джерело зайнятості ці підприємства значно менш продуктивні, ніж крупні компанії, однак при всіх їх недоліках явно мають потенціал для підвищення рівня життя населення. Щоб активніше брати участь в створенні матеріальних благ, малі підприємства повинні підвищувати продуктивність поточної діяльності або освоювати виробництво з підвищеною доданою вартістю.

Саме тому підвищення продуктивності підприємництва один з нових пріоритетних напрямків діяльності регіональної влади. Дії в інтересах підприємництва, спрямовані на підвищення продуктивності підприємств, в цілому покликані підвищити загальну продуктивність факторів виробництва. А це досягається шляхом підвищення якості людських ресурсів (завдяки підвищенню рівня освіти і професійної підготовки, удосконалювання управління людськими ресурсами та / або поліпшення умов праці), або шляхом підвищення ефективності виробничого процесу (завдяки інноваціям, особистим навикам і компетентностям).

Третім важливим фактором, що впливає на загальну продуктивність факторів виробництва, є підвищення якості виробничих фондів (на основі технологічних інновацій). Однак інвестиції в нове обладнання найчастіше є досить капіталомісткими, і підприємства з їх обмеженим доступом до фінансування можуть насилу розраховувати на такий спосіб підвищення продуктивності. Тому відповідні заходи, як правило, мають на меті підвищити якість людських ресурсів і виробничого процесу; обидва завдання не передбачають надто високих витрат і можуть забезпечити швидку віддачу.

Що стосується способів підвищення продуктивності, модель дій включає в себе два варіанти, спрямовані на досягнення того ж кінцевого ефекту:

- Перший підхід передбачає, що сучасні методи управління приведуть до підвищення рівня продуктивності. У свою чергу, це, в кінцевому рахунку, підвищить показники діяльності підприємства та покращить умови праці. Даний підхід до перетворень не розглядає умови праці як ключовий

проміжний результат на шляху до підвищення продуктивності, а спирається на принципи бережливого виробництва, контролю якості, управління запасами і розвитку людських ресурсів.

- Другий підхід передбачає, що поліпшення умов праці та розвиток особистих компетентностей працівників також є засобом, що допомагає підвищити продуктивність підприємництва, що приведе до того ж ефекту (підвищення продуктивності підприємства і поліпшення умов праці).

Необхідно також врахувати зв'язок між професійною підготовкою менеджерів і працівників і продуктивністю підприємництва. Професійна підготовка веде до підвищення рівня продуктивності підприємства. Звісно ж, що до уваги повинні прийматися і інші проміжні фактори, що впливають на продуктивність праці. До них відносяться форми підготовки (формальна і неформальна), цільові групи працівників, націленість підприємства на розвиток, характер галузі і склад постачальників послуг в галузі професійно-технічної підготовки.

Професійна підготовка підприємництва є частиною оптимізації процесу розвитку людських ресурсів регіону і має довгострокові наслідки на соціально-економічний розвиток регіону.

5.3. Розроблення стратегії соціально-гуманітарного розвитку підприємництва в регіоні.

У сучасних умовах нерівномірності розвитку регіонів, зниження рівня соціально-економічних показників, дефіциту ресурсів та з урахуванням спрямованості регіональної політики економічно розвинених країн на інтелектуальний і креативний вектори, необхідною є зміна орієнтирів державного регулювання регіонального розвитку до непрямих методів і державного стимулювання соціально-гуманітарного розвитку підприємництва регіонів на основі мотивації регіональних органів влади та підприємницьких

структур до формування полюсів розвитку і росту креативних підприємств та підприємництва економіки знань, як таких, що забезпечують генерацію найбільшої доданої вартості порівняно з традиційними галузями промисловості.

Запропоновану концепцію формування стратегії соціально-гуманітарного розвитку підприємництва регіону на основі принципів державно-приватного партнерства представлено на рис. 5.9.

Дана концепція передбачає орієнтацію на напрями впливів механізму управління соціально-економічним розвитком підприємництва регіону запропоновану у п. 5.1. та інтеграцію інструментарію державної підтримки та стимулювання забезпечення соціально-гуманітарного розвитку підприємництва в регіоні, що довели свою ефективність в різних країнах світу (п 5.2).

При цьому, сам процес управління соціально-гуманітарного розвитку підприємництва регіону пропонується базувати на організаційних і мотиваційних механізмах управління.

Модель управління процесом соціально-гуманітарного розвитку підприємництва регіону представлено на рис. 5.10.

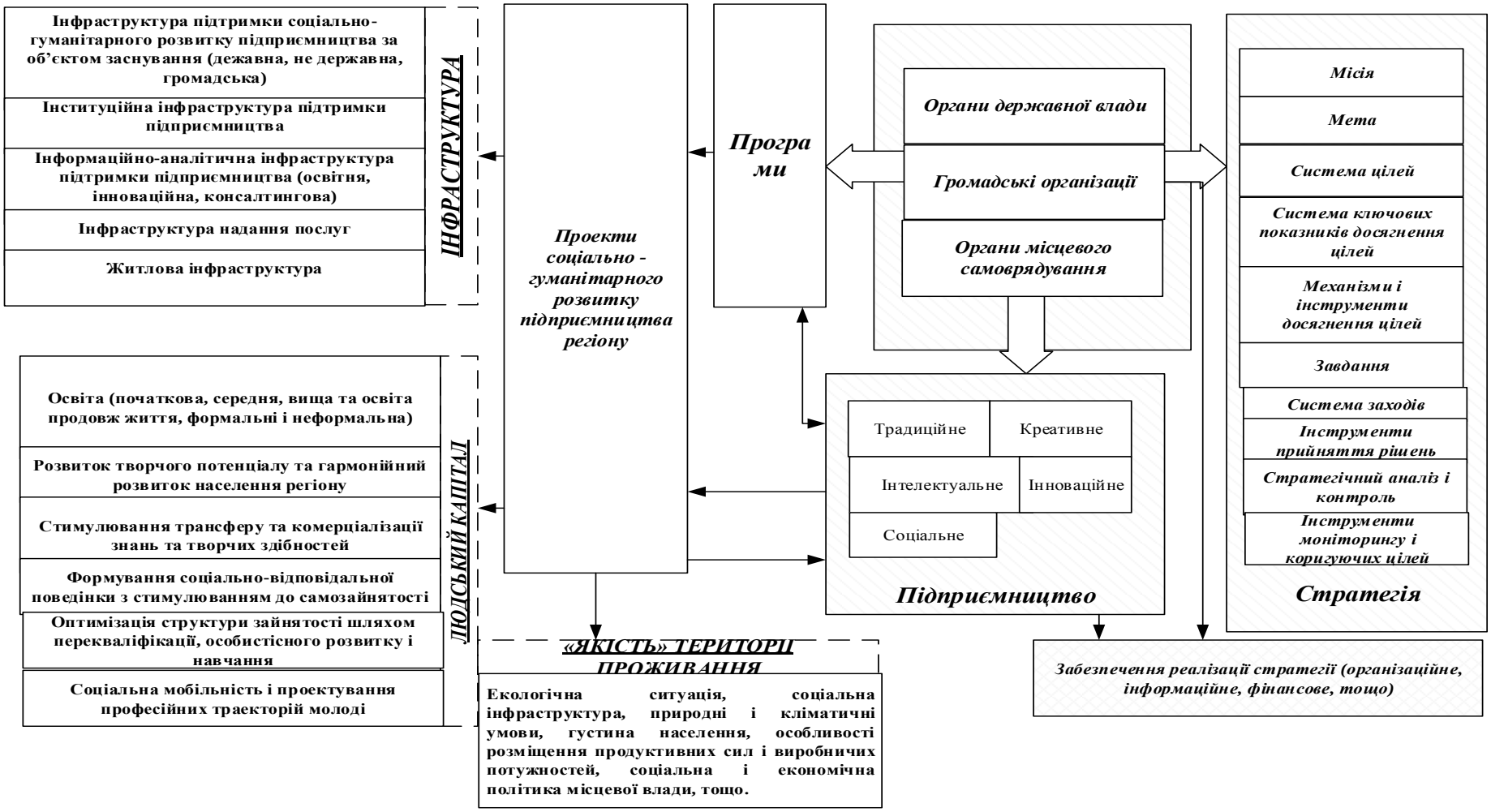


Рис. 5.9. Концепція формування стратегії соціально-гуманітарного розвитку підприємництва регіону на основі принципів державно-приватного партнерства

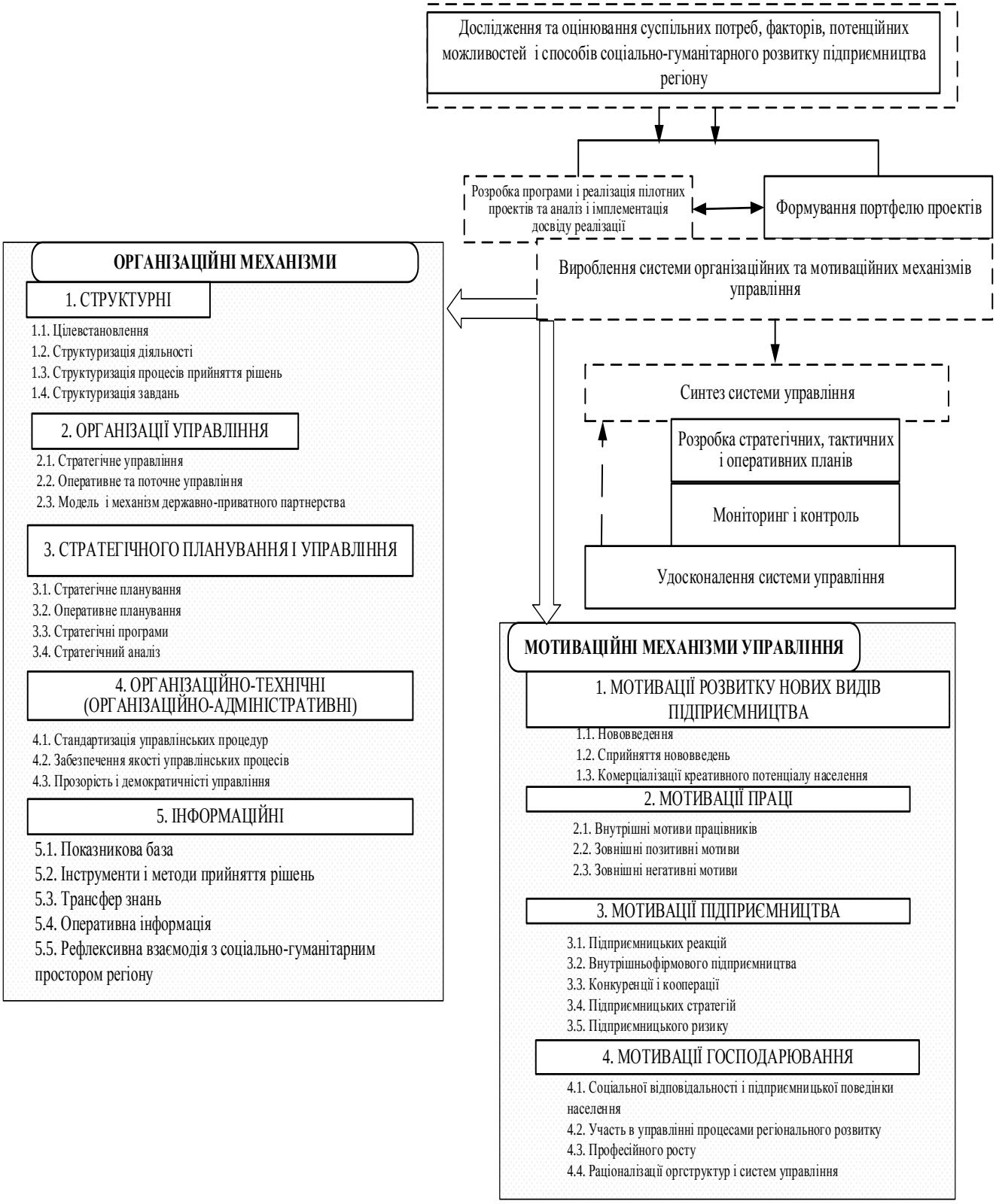


Рис. 5.10. Модель управління процесом соціально-гуманітарного розвитку підприємництва регіону

Механізми державного стимулювання підприємництва мають економічну, організаційно-адміністративну, правову і політичну природу. У економічному механізмі активізації підприємництва на регіональному рівні найважливіше значення мають:

- політика приватизації, під впливом якої складається і розвивається підприємництво;
- участь держави в капіталі з метою забезпечення державних пріоритетів в найважливіших виробництвах;
- антимонопольна політика, направлена на створення конкурентного ринку і, отже, на формування ринкового механізму конкуренції і ціноутворення.

Не дивлячись на те, що трансформація форм власності дозволяє підприємствам самостійно здійснювати фінансування науково-технічного розвитку виробництва, обов'язковою складовою економічного механізму управління розвитком залишається механізм державної підтримки. Це пояснюється низкою обставин.

По-перше, тривалістю періоду, протягом якого окупляться витрати. Саме у цей період підприємства потребують фінансової підтримки, компенсуючи в подальшому витрати держави підвищенням податкових відрахувань за рахунок зростання ефективності виробництва.

По-друге, викликані вимогами ринку радикальні і, перетворюючі нововведення (перехід до нового життєвого циклу технології/попиту і зміна технологічної спеціалізації) є капіталомісткими і вимагають концентрації значних ресурсів. Держава зацікавлена в таких нововведеннях, оскільки їх реалізація веде до переходу промислового виробництва на якісно новий рівень.

По-третє, наступаюча постіндустріальна епоха характеризується створенням нових технологій і продуктів, розрахованих на прищеплення нових потреб. Тривалість інноваційного циклу таких виробництв збільшується, оскільки в нього включається етап визнання нової продукції

споживачем. Водночас перехід виробництва на рівень постіндустріальної епохи створює широкі можливості для включення економіки держави в світове народне господарство.

Механізми державної підтримки науково-технічного розвитку підприємництва на регіональному рівні досить комплексні та різноманітні. Основу цих механізмів складають бюджетне фінансування науки і освіти [246, 257] та раціональна система податків.

Наука покликана створювати принципово нові технології і продукти, система освіти готувати висококваліфіковані кадри робочих, фахівців і менеджерів; система податків повинна дозволити підприємствам мати достатній рівень реінвестування прибутку і амортизаційних відрахувань, забезпечуючи самостійність підприємств в розвитку виробництва.

Окрім визачених попередньо, запропонованих механізмів активізації нового підприємництва традиційними механізмами державної підтримки, які мають бути інтегровані в згадувану стратегію є:

- заохочення інвестиційної активності і прогресивних технологій. Однією з таких форм, наприклад, може бути венчурне фінансування з боку державно-приватних ризикових проектів, реалізація яких дозволяє створити лідируючі технології;
- раціоналізація структури державного попиту і розміщення замовлень з метою досягнення рентабельності державних замовлень на рівні не нижчому за рентабельність ринкового попиту;
- державне регулювання цін, тарифів і мит, що має часто не тільки економічну, але і політичну спрямованість.

Мотиваційний механізм, який є основою стратегії соціально-гуманітарного розвитку підприємництва є одним з компонентів механізму зацікавленості в досягненні максимальних економічних і соціальних результатів підприємницької діяльності на регіональному рівні.

Поняття мотивації в даному контексті означає всю сукупність чинників і процесів, що забезпечують виникнення у людей прагнення до досягнення життєво необхідних цілей. Таке прагнення допускає активність в мінливому середовищі і вимагає ситуативної реакції. В процесі ситуативного розвитку мотивації оцінюється можливість і визначається спосіб досягнення необхідного результату підприємцями і окремими особами.

Ефективний механізм мотивації може бути створений в умовах свободи вибору кожною людиною потрібних йому видів і форм діяльності, в умовах вільного розвитку всіх форм власності і гарантування її недоторканості.

Мотиваційний механізм треба розглядати як впорядковану сукупність мотивів досягнення складної мети (результативна мотивація) розвитку підприємництва нової якості в регіоні.

Структура і складність мотиваційного механізму стратегічного управління адекватні структурі і складності цілей на рівні регіону. Тому його формування, як і формування інших механізмів, що складають комплексний механізм управління, доцільно здійснювати, дотримуючись ряду системних принципів:

1. Дерево мотиваційного механізму повинне знаходитися у взаємовідповідності з деревом цілей суспільства (а значить і сфер діяльності), тобто кожній меті на всіх рівнях системи цілей повинен відповідати певний мотиваційний комплекс (елемент мотиваційного механізму або його підсистема), що забезпечує досягнення цієї мети. Отже, початковим для визначення структури мотиваційного механізму є виявлення структури мотиваційно значущої системи цілей (від мети до засобу її досягнення). Цей процес носить ітераційний характер, оскільки мотиви виступають засобом досягнення цілей. І якщо не можна на певному етапі суспільного розвитку сформувати достатній для досягнення мети мотиваційний комплекс, мета повинна бути переглянута і узгоджена з реальними можливостями мотивації (від засобу до мети). Наприклад, якщо в умовах переходу суспільства до ринкової економіки необхідне вживання заходів соціального захисту

працівників, то із зниженням рівня структури даної частини суспільства (і рівня мети) ці заходи набуватимуть все більш конкретного і специфічного характеру. Якщо ж достатній соціальний захист не може бути забезпечений, то необхідно скорегувати мету (скажімо, темпи або пропорції реформування регіональної економіки).

2. Зазвичай при вирішенні проблеми обмежуються постановкою цілей і дослідженням ресурсів їх досягнення, вважаючи, що мотиваційний механізм використання ресурсів, що існує в суспільстві, ефективний для досягнення всієї множини цілей розвитку суспільства. Практика показує, що це далеко не так. Реальна різноманітність умов діяльності і людей, зайнятих нею, приводить до необхідності при вирішенні будь-якої проблеми формувати специфічний мотиваційний механізм.

3. Мотиваційний механізм, як і будь-яка система, повинен мати раціональну цілісність і відособленість його елементів. Так, зокрема, взаємозв'язані між собою оплата праці, система зайнятості населення і заходи соціального захисту в регіоні. Зміна змісту одного з цих елементів неминуче приводить до необхідності зміни змісту інших елементів. Інакше мотиваційний механізм стає малоефективним. Водночас необхідний певний ступінь відособленості елементів, щоб зміну змісту того або іншого елементу певною мірою компенсувати іншими елементами мотиваційного механізму, інакше його ефективність не буде надійною. Такими елементами можуть бути, наприклад, умови праці і диференціація її оплати залежно від умов.

4. Мотиваційний механізм повинен включати елементи з різною тривалістю їх життєвого циклу: з тривалим, зокрема «вічні», тобто ті, що змінюються тільки із зміною природи людини (традиції суспільства), короткою, тобто ті, що змінюється із зміною соціально-економічної ситуації, і проміжним між тривалим і коротким циклом. Такий склад мотиваційного механізму забезпечить його стійкість і динамічність розвитку.

У працях по психологічних механізмах мотивації показано, що деякі цілі людини стають її намірами, фіксуються і набувають рис потреби потім

визначають тривалі життєві плани людини. Образ, на основі якого приймаються наміри, є складним мотиваційним полем з множиною відображених на ньому цінностей.

З цих міркувань вважаємо, що підприємцеві мало сформувати систему цілей діяльності. Необхідно, щоб досягнення цих цілей стало наміром менеджерів, фахівців, трудових колективів та органів місцевої влади, що залучаються до процесу досягнення цілей. Тільки в цьому випадку стає можливим «зміщення мотивів на мету».

Цілеспрямованість мотивів і питома вага тих чи інших їх підмножин змінюються під впливом ряду чинників. Такими чинниками є, зокрема, освіта, культура, соціально-економічні умови життя, умови праці, рівень науково-технічного розвитку виробництва, ступінь залученості в управління компанією, правові інститути і норми.

Враховуючи, що рівень технічної оснащеності, кваліфікацію кадрів, організацію і умови праці, система її оплати і рівень соціальної організації підприємств в регіоні пропонується реалізовувати стратегічні програми мотивації до активізації підприємницької діяльності в регіоні.

Через різноманітність соціально-економічних умов регіонів і суб’єктивності цілей підприємництва можуть бути використані стратегії мотивації різного виду.

Стратегія зовнішньої негативної мотивації, що базована на твердженні про те, що люди за своєю природою схильні ухилятися від роботи і тому їх потрібно примушувати до неї.

Стратегія зовнішньої позитивної мотивації базована на твердженні про те, що зовнішній контроль і загроза покарання не є єдиними засобами орієнтації на досягнення цілей стратегії управління і що людину треба заохочувати до праці позитивними для неї стимулами.

Таким чином можливі наступі стратегії мотивації до активізації підприємницької діяльності в регіоні.

Формування і реалізація мотиваційного механізму розвитку нових видів підприємництва (креативного, інноваційного) пов’язані, в першу чергу, з необхідністю вирішення таких проблем, як: генерування мотивів нововведень під впливом внутрішніх і зовнішніх чинників регіонального розвитку; сприйняття нововведень регіональною соціально-економічною системою (відкритість системи для нововведень, сприйняття нововведень підприємствами і персоналом); додання мотиваційному механізму розвитку підприємництва властивості самоорганізації під впливом науково-технічного розвитку.

Початкові передумови для формування ефективного механізму управління розвитком підприємництва визначаються самим об’єктом управління, його властивостями і мотивами розвитку, що ним ініціюються. Сучасне підприємництво є соціотехнічною системою, що взаємодіє з суспільством і екологічною системою. Внутрішня структура цієї системи складається з двох підсистем, що взаємодіють у виробничому процесі: технологічної системи і соціальної організації. Їх взаємодія надодає системі підприємництва властивості, якими не володіє жодна з вказаних підсистем окремо:

- працездатність у виробничому процесі;
- мотивація цілеспрямованої діяльності, зокрема мотивація праці і соціально-гуманітарного і науково-технічного розвитку;
- здатність до самоорганізації і самостійного розвитку.

На базі загальносистемних властивостей можливе створення ефективних і гнучких механізмів управління науково-технічним розвитком на регіональному рівні.

З децентралізацією державного управління докорінно змінюються мотиви науково-технічного розвитку виробництва регіональних економічних систем. Мотиви науково-технічного розвитку генеруються внутрішніми і зовнішніми чинниками відтворювальної системи регіону:

- параметрами виробничих процесів (якісними результатами процесу, параметрами соціальної організації і мотивації праці);
- параметрами ринкового середовища (конкурентоспроможність, прибуток, нові потреби);
- новими досягненнями науково-технічного прогресу;
- потребами у нових видах діяльності;
- екологічними параметрами.

Здатність до генерування мотивів нововведень підприємцями є найважливішою характеристикою об’єкта управління і механізму управління розвитком регіону . Наявність у складі механізму управління мотивуючих чинників свідчить про можливості його самоорганізації.

Активну роль в генеруванні мотивів розвитку відіграють керівництво регіону, підприємства, інвестори, акціонери і безпосередні учасники процесу розвитку. Можна виділити наступні групи мотивів розвитку виробництва:

- мотиви задоволення і розвитку потреб суспільства: задоволення запитів споживачів, наповнення різних сегментів ринку, створення продукції, що формує нові потреби;
- мотиви прибутковості: бажання отримати прибуток в конкурентній боротьбі, підтримати або підвищити прибутковість;
- мотиви творчості: бажання реалізувати накопичені знання, задовольнити потребу в реалізації творчих ідей, підвищити майстерність в конкретній області діяльності;
- мотиви престижу: бажання підвищити або підтримати престиж, досягти лідерства або не відстати від інших;
- мотиви подолання внутрішніх проблем, що виникають в діяльності підприємств: бажання залучити кваліфікованих працівників, скоротити плиність кадрів, створити нові робочі місця і внутрішній ринок робочої сили, підсилити мотивацію праці, поліпшити управління;
- мотиви задоволення соціальних потреб в оздоровленні екологічного стану виробничого і оточуючого середовища.

Темпи науково-технічного розвитку виробництва регіону, в свою чергу, будуть залежати від того, наскільки виробнича система регіону готова сприйняти те або інше нововведення.

До загальносистемних чинників в межах стратегії управління активізацією інноваційного і креативного підприємництва, що впливають на сприйняття нововведень, треба віднести:

- диверсифікацію виробництва,
- стандартизацію і комунікаційні властивості регіональної соціо-гуманітарної системи;
- диверсифікацію виробництва і різноманітність діяльності, що полегшує зародження ідей, створює умови для їх реалізації в тій або іншій сфері діяльності підприємства, полегшує дифузію нововведень з однієї області діяльності в іншу, веде до сприйняття нововведення як звичного процесу.

Але зазначимо, що при розробці стратегії соціально-гуманітарного розвитку підприємництва в регіоні треба врахувати, що інноваціний розвиток повинен мати економічні і соціальні цілі рівноцінної значимості, якщо не вдається віддати пріоритет соціальним цілям.

Зазвичай ці цілі розглядаються як несумісні і тому явний пріоритет надають економічним цілям за рахунок соціальних інтересів населення регіону і працівників підприємств. Наслідком такої спрямованості є зниження працездатності і низького рівня мотивів схильності до праці. Таким чином, інноваційний розвиток, що не має соціальної орієнтації, самопороджує опір нововведенням. Виникає проблема пошуку напрямів науково-технічного розвитку регіону, в яких економічні і соціальні цілі були б сумісні. Така сумісність може бути досягнута в стратегії розвитку, що має на меті полегшення і інтелектуалізацію праці.

Багато зарубіжних фірм компенсують негативні наслідки технічного розвитку організаційними нововведеннями. Так, зниження творчого характеру праці при впровадженні електронної технології намагаються компенсувати

поєднанням професій і ротацією працівників по робочих місцях (безробіття підприємництвом).

Викладені раніше результати досліджень мотиваційного комплексу дозволяють запропонувати мотиваційну модель розповсюдження інновацій та знань в регіоні в межах пропонованої стратегії.

Суть внутрішньої мотивації сприйняття нововведення полягає в тому, що нова технологія підсилює мотиви схильності до праці, задоволення від процесу і (або) результатів праці.

Отже нововведення отримують підтримку в соціумі у тому випадку, якщо вони ведуть до посилення внутрішніх і зовнішніх позитивних мотивів праці і послаблюють зовнішні негативні мотиви. Нововведення зустрічає опір, якщо знижує внутрішні і зовнішні позитивні і підсилює зовнішні негативні мотиви.

Вплив кваліфікації персоналу та рівня освіченості населення регіону на сприйняття нововведень визначається низкою чинників. Кваліфікація є мотивоутворюючим чинником праці: чим вища кваліфікація, тим більше працівник керується внутрішнім і зовнішніми позитивними мотивами і тим охочіше бере участь в процесах технічної творчості (раціоналізація, винахідництво, полюси знань і т. п.). Всі ці чинники сприяють підтримці соціально-орієнтованих нововведень: чим вища кваліфікація персоналу, тим більша ймовірність, що він підтримає нововведення у всьому спектрі їх радикальності.

З іншого боку стратегія соціально-гуманітарного розвитку підприємництва в регіоні має базуватися на положенні про те, що у ринковій економіці важливою умовою досягнення регіоном значних економічних результатів і умовою його розвитку стають підприємництво і підприємницький стиль діяльності населення.

Підприємницький стиль діяльності населення території значно відрізняється від широко поширеного партерналістського стилю, який направлений на мінімізацію зусиль і дотримання традиційної поведінки як

всередині підприємства, так і у суспільних відносинах. Прищеплення населенню підприємницького стилю поведінки є базисом реалізації згаданої стратегії і пов’язане із змінами в мотивації діяльності, організаційній структурі, системі управління, рівні освіченості населення, підготовці керівників і фахівців як менеджерів, стилі керівництва регіоном.

До об’єктивних умов згаданої стратегії з позиції соціального розвитку пропонуємо віднести [286-288]:

формування стабільної соціально-ринкової економічної системи регіону на основі різноманітних відносин власності і, передусім, утвердження повноцінного інституту приватної власності, запровадження ринкової саморегуляції (на основі процесів соціального управління, об’єктивної саморегуляції економічного розвитку регіону);

реформування соціальних (соціально-класових, соціально-трудових, сімейно-шлюбних, територіально-поселенських) відносин; визнання вирішальної ролі середнього класу наоснові динамічних процесів соціальної мобільності;

здійснення соціального управління, реалізація регіональної соціальної політики на основі сучасних механізмів, інструментів, управлінської, соціальної діяльності, спрямованої на соціальний розвиток та закономірності суспільного та соціального прогресу;

недопущення в процесі соціального управління та реалізації соціальної політики щодо упорядкування процесів соціального розвитку застарілих механізмів та інструментів, форм і методів директивного управління, здійснення децентралізації соціальної політики;

забезпечення засобами соціального, державного управлін ня умов для своєчасного розв'язання суперечностей між новими суспільними відносинами й проявами директивного управління у сфері суспільного і соціального розвитку, зокрема.

З огляду на зазначені суб'єктивні умови процесу соціального розвитку, здійснення соціальної політики завданням усіх суб’єктів упорядкування

процесів соціального розвитку є забезпечення чіткого функціонування системи соціально-економічних інститутів, координація діяльності різних елементів регіональної системи.

Головним завданням регіональної політики щодо соціального розвитку є досягнення відповідності, адекватності цілеспрямованої діяльності її суб'єктів, і, насамперед, соціальної сфери, вимогам об’єктивних закономірностей глобального соціального прогресу, сучасній логіці розвитку світу.

Неодмінною умовою успішної реалізації соціальної політики є соціальний моніторинг, що проявляється в систематичному аналізі процесів соціального розвитку, які постійно змінюються, і глибоке знання її суб’єктами не тільки закономірностей і тенденцій суспільного, соціального та економічного розвитку, що детермінують процес реалізації особистістю свого соціального та економічного потенціалу, а й інших різноманітних процесів життєдіяльності суспільства, які справляють вплив на добробут, соціальне положення людини і її економічну діяльність.

Основними пріоритетами регіональної стратегії розвтку на сучасному етапі, має стати: соціальна політика зі створення умов для реалізації соціального та економічного потенціалів кожної людини, політика щодо розвитку нових економічних відносин у сфері підпрємництва, забезпечення соціальної безпеки людини, її добробуту.

Отже, можемо запропонувати такі висновки:

1. Тенденції розвитку регіонів свідчать про неефективність системи державного управління у зв’язку з відсутністю системного застосування дієвих інструментів забезпечення соціально-гуманітарного розвитку підприємництва в регіонах, мотивації органів місцевого самоврядування до розробки та впровадження механізмів активізації розвитку підприємництва на формування підприємницьких структур нової якості.

2. У сучасних умовах нерівномірності розвитку регіонів, зниження рівня соціально-економічних показників, дефіциту ресурсів та з урахуванням спрямованості регіональної політики економічно розвинених країн на інтелектуальний і креативний вектори, необхідною є зміна орієнтирів державного регулювання регіонального розвитку до непрямих методів і державного стимулювання соціально-гуманітарного розвитку підприємництва регіонів на основі мотивації регіональних органів влади та підприємницьких структур до формування полюсів розвитку і росту креативних підприємств та підприємництва економіки знань, як таких, що забезпечують генерацію найбільшої доданої вартості порівняно з традиційними галузями промисловості.

3. Стратегія розвитку креативного та інтелектуального підприємництва регіону є реальним інструментом економічного розвитку регіонів в сучасних умовах і забезпечує інтеграцію всіх організаційно-економічних механізмів соціально-економічного розвитку на засадах державно-приватного партнерства, проектного підходу та процесного управління з використанням авторської концептуальної схеми процесу соціально-гуманітарного розвитку підприємництва регіону, що проявляється у появі креативного класу підприємців та підприємців інноваторів.

4. Модель управління процесом соціально-гуманітарного розвитку підприємництва регіону, дає змогу забезпечити поступальний соціально-гуманітарний розвиток підприємництва в регіоні, який проявляється через: гарантії зайнятості і соціальний захист працівників, соціальний діалог, розвиток професійних навичок і навчання кадрів, оптимальний робочий час і соціальну відповідальність підприємців, орієнтацію на саморозвиток, тощо з метою забезпечення новітнього базису економічного розвитку регіональної економічної системи.

Основні результати отримані в даному розділі представлені у роботах [262, 258, 254, 268, 276, 280].

ВИСНОВКИ

У дисертації запропоновано теоретичне узагальнення та нове вирішення важливої наукової проблеми забезпечення соціально-гуманітарного розвитку підприємництва, що полягає в розробленні концептуального підходу щодо теоретико-методологічного забезпечення розвитку регіонів України на основі активізації розвитку креативного підприємництва та підприємництва базованого на знаннях.

1. Теоретико-методологічні засади процесу формування новітньої парадигми регіонального розвитку передбачають: орієнтацію на чинники впливу зовнішнього середовища, зокрема глобальні, урахування емпіричного досвіду розвитку регіональних економічних систем усіх рівнів з модифікацією існуючих теорій регіонального розвитку для активізації соціально-гуманітарного розвитку підприємств регіонів. Така парадигма регіонального розвитку (концепція соціополісів) сконцентрована на розвитку неринкової сфери, виробництва, використанні громадських благ і послуг, враховує рівень розвитку соціально-гуманітарного простору регіону, що включає в себе: інфраструктуру розвитку і підтримки підприємництва, людський капітал, соціально-трудові відносини, доходи населення, зайнятість, освіту, захист вразливих верств населення, соціальне обслуговування населення тощо. Трансформація продуктивних сил регіону у промислових регіонах в умовах інтелектуалізації економіки сприяє посиленню інноваційних процесів у регіоні, у той час як соціополіси зорієнтовані на трансформацію продуктивних сил регіонів на основі розвитку гуманітарної сфери та соціалізації регіонального управління.

2. Соціально-гуманітарний розвиток підприємництва регіонів нині базований на використанні людського капіталу та креативного потенціалу населення регіону як базису формування підприємницьких структур. Тому така модель регіонального розвитку, яка передбачає розробку стратегій соціально-економічного розвитку регіонів на основі інтенсивного використання інтелектуальних і соціально-комунікативних здібностей

місцевого населення, зумовлює орієнтацію на пріоритети, необхідні при побудові владою регіону власної парадигми регіонального розвитку інвестиції, інновації, інтелект, знання та креативність, що слугують базисом для формування нової моделі регіонів. Людина є головним фактором виробництва і стратегічним ресурсом регіонального розвитку, а взаємовідносини, що формуються на основі розвитку соціально-гуманітарної сфери і економіки регіону особливістю нової регіональної соціально орієнтованої економіки.

3. Креативність, як нова якісна характеристика продуктивних сил, є новітньою рушійною силою сучасної економіки, одним з ключових понять економічного розвитку і визначальним стимулом інтенсифікації роботи підприємств на основі ефективного використання людського капіталу саме на регіональному рівні. Креативні індустрії, з одного боку, забезпечують: соціальну мобільність населення; вихід окремого регіону на глобальний ринок; сприяють: розвитку індивідуальності людини і довіри в суспільстві; розвитку і збереженню екосистеми, культури, історії і традицій регіону; появі нових форм бізнесу; інтенсивній науково-освітній діяльності, появі креативного класу; активізації інвестиційного потенціалу регіону; створенню нових робочих місць; формуванню якісно нової інфраструктури та покращенню якості життя населення.

4. Міжнародний досвід свідчить, що креативні індустрії в регіонах потребують людей, які реалізовують свої економічні функції і завдання через створення нових ідей, технологій і креативного контенту. Це професіонали, що зайняті в креативних індустріях, які замінюють традиційний клас в постіндустріальних містах і регіонах складають основу креативного класу. Становлення креативного класу вимагає, в першу чергу, високої «якості місця» наявності унікальної комбінації характеристик регіону, котрі визначають місце проживання та роблять його привабливим для креативного класу і визначається наступними факторами: поєднання штучного середовища проживання і природного навколишнього середовища; належні умови для

творчого життя; соціальна відкритість регіону для міжрегіональної і міжнародної міграції; активне соціальне середовище, культура, мистецтво і люди, які віддають перевагу активному відпочинку і особистісному розвитку.

5. Багатофакторним моделюванням глобального сталого розвитку доведено, що розподіл країн на групи за значенням Індексу людського розвитку (ІЛР), достатньо точно відображає рівень сталого розвитку країн у розрізі гуманітарно-соціального розвитку підприємств і високі соціальні стандарти у країні мотивують соціалізацію бізнесу. Емпірично доведено, що сталий розвиток країн та регіонів залежить від соціальних показників, зокрема; освіти, тривалості і якості життя населення, розвитку новітніх інформаційних технологій. Існування реального взаємозв'язку між основними показниками глобального сталого розвитку та індикаторами гуманітарно-соціального розвитку підприємств свідчить про те, що вищі соціальні стандарти, прийняти в конкретній країні сприяють активізації соціального та креативного підприємництва, і навпаки, гуманізація як бізнес-культура забезпечує вищий рівень соціалізації суспільства та економічного розвитку регіонів і країн.

6. Отримано кластерну регіональну структуру України і її топологію на основі використання кластерного, дискримінантного та факторного аналізів за даними Державного комітету статистики України. Застосування методу головних компонент дало можливість виділити два фактори, що впливають на регіональний розвиток в Україні: діяльність підприємств та соціально-гуманітарний розвиток регіонів. Такий підхід дає змогу ідентифіковувати регіональні структури за ознаками соціальних, гуманітарних та економічних процесів та будувати комплексні рейтинги та оцінки регіонів за різними ознаками нової економіки знань та креативної економіки для подальшого розроблення та моніторингу виконання стратегічних планів розвитку креативного та інтелектуального підприємництва.

7. Оцінено вплив соціально-гуманітарношо розвитку підприємництва на розвиток регіонів. Зокрема, багатофакторним регресійним моделюванням доведено, що ВРП регіонів України лінійно залежить від обсягів реалізованої

продукції та кількості економічно активного населення. Сплайнове регресійне моделювання дало змогу отримати адаптивне регресійне багатофакторне рівняння, що відображає залежність ВРП від податків, обсягу реалізованої продукції та кількості малих підприємств. Запропонований аналітичний інструментарій дослідження особливостей регіонального розвитку підприємництва у соціально-гуманітарному аспекті та соціально-економічного та гуманітарного розвитку регіонів України дав змогу ідентифікувати групи регіонів, що є подібними за різними кількісними вимірниками вищезгаданих економічних процесів, що можна використовувати у координації регіональних стратегій економічного розвитку та для прийняття рішень щодо державного стимулювання певних регіонів в аспекті заохочення до активізації розвитку підприємництва за різними критеріями.

8. Структурні особливості економіки знань викликали необхідність створення економічно відповідних знань, навичок і компетенцій у населення регіону, що дозволяє отримати переваги через радикальне підвищення у продуктивності праці і генерації доданої вартості в регіоні. А це означає модернізацію робочої сили, забезпечення ефективних телекомунікаційних, інформаційних, ринкових та ін. інфраструктур. Економіка знань вимагає значного сегменту високо освічених людей, а не просто населення з базовою чи середньою освітою, середовища для проживання, розвинутого соціально-гуманітарного постру регіону, освітньої інфраструктури, мережі наукових установ і культурних атракцій при чому економіка знань супроводжується швидкою та нерівномірною урбанізацією в межах окремих регіонів. А тому методологія вимірювання розвитку підприємництва в регіонах має охоплювати соціально-демографічні і економічні процеси та використовувати їх показникову базу.

9. Інструментарій комплексної оцінки готовності регіонів України до розвитку підприємств економіки знань і креативних підприємств базований на дослідженні просторових особливостей розвитку нового підприємництва на основі положень сучасних теорій економічної думки, що враховують роль знань

у економічному розвитку економічних систем всіх рівнів та дослідження практики моделювання процесів розвитку підприємництва, що базоване не на знаннях з позиції регіонального розвитку. Запропонований інструментарій дав змогу ідентифікувати основні напрями оцінки процесів розвитку підприємництва з урахуванням знань та креативних здатностей у регіональному вимірі та сфомувати показникову базу такої оцінки, що включає: валову додана вартість, ВРП у фактичних цінах в розрахунку на одну особу, експорт інноваційної продукції, кількість підприємств, що фінансують НДДКР, кількість фахівців, що проводять НДДКР та кількість організацій, що проводять НДДКР, акціонерний капітал на одну особу та зайнятість у регіоні.

10. Стратегія розвитку креативного та інтелектуального підприємництва регіону забезпечує інтеграцію всіх організаційно-економічних механізмів соціально-економічного розвитку на засадах державно-приватного партнерства, проектного підходу та процесного управління з використанням концептуальної схеми процесу соціально-гуманітарного розвитку підприємництва регіону на основі активізації системи факторів соціально-гуманітарного розвитку підприємництва. Модель управління процесом соціально-гуманітарного розвитку підприємництва регіону, дає змогу забезпечити поступальний соціально-гуманітарний розвиток підприємництва в регіоні, який проявляється через: гарантії зайнятості і соціальний захист працівників, соціальний діалог, розвиток професійних навичок і навчання кадрів, оптимальний робочий час і соціальну відповідальність підприємців, орієнтацію на саморозвиток, тощо з метою забезпечення новітнього базису економічного розвитку регіональної економічної системи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2015 році». К. : НІСД, 2015. 684 с.

2. Андрієвська В. В. Креативність; Гол. ред. В. Г. Кремень; Акад. пед. наук України // Енциклопедія освіти. К.: Юрінком Інтер, 2008. С. 432.

3. Андрушків Б., Погайдак О., Слободян Н. Удосконалення планування соціально-гуманітарного розвитку промислового підприємства (адаптація методичних підходів до планування відповідно до вимог ЄС) // Вісник ЖНАЕУ. 2015. № 1 (47), т. 1. С. 51–68.

4. Анішина Н., Верба Д. Передумови та напрями державного регулювання створення робочих місць у вітчизняній економіці //Україна: аспекти праці. 2008. №5. С. 12-20.

5. Антонова А. Арт-кластеры как пространство для развития культурного потенциала города // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии: сб. ст. по матер. XLVII междунар. науч.-практ. конф. № 4 (47). Новосибирск: СибАК, 2015.

6. Антонюк Л.Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації. К.: КНЕУ. 2004. 276 с.

7. Антропов В. В. Социальная защита в странах Европейского Союза. История, организация, финансирование, проблемы : монография. М. : Экономика, 2006. 272 с.

8. Базилюк А., Жулин А. Інклюзивне зростання як основа соціально-економічного розвитку // Економіка та управління на транспорті. 2015. Вип. 1. С. 19–29. Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/eut_2015_1_5

9. Баланда А. Л. Соціальні детермінанти національної безпеки України: монографія. НАН України ; Ін-т демографії та соц. дослідж. К., 2008. 414 с.

10. Баланда А. Фактори збалансованості ринку праці та безпекисуспільства: проблеми співвідношення // Україна: аспекти праці. 2008. №5. С. 25-32.

11. Балтачеєва Н. Про стан фінансового забезпечення соціальної сфери: регіональний аспект // Україна: аспекти праці. 2008. №4. С. 14-20.

12. Бар'єри, що перешкоджають ДПП в Україні / Офіційний інтернет-ресурс Інституту бюджету та соціально-економічних досліджень. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.ibser.org.ua/UserFiles/File/Normatyvni%20Akty%20New/PP/Analisys%20of%20Legisl%20DPP_ukr.pdf.

13. Баранов С., Скуфьина Т. Новые методики и результаты исследования межрегиональной дифференциации на основе метода главных компонент // Вестник МГТУ, том 11 . 2008 . № 2 . С 201–210.

14. Баранчеев В., Масленникова Н., Мишин М.. Управление инновациями: учебник.: Высшее образование. Юрайт-Издат. 2009. 711с.

15. Барва Я. До економічного процвітання через кооперацію та «народний капіталізм» [Електронний ресурс] Режим доступу http://flashontimenews.com/politika/item/13284-do-ekonomichnogo-protsvitannya-cherez-kooperatsiyu-ta-narodnij-kapitalizm.html.

16. Барсегян А., Куприянов М., Степаненко В. Методы и модели анализа данных: OLAP и Data Mining. СПб.: БХВ-Петербург, 2004. 336 с.

17. Бахрушин В. Є. Методи аналізу даних : навч. посіб. Запоріжжя : КПУ, 2011. 268 с.

18. Безтелесна Л. Управління людським розвитком в Україні: порівняльне оцінювання та напрями вдосконалення // Україна: аспекти праці. 2008. №8. С. 34-40.

19. Белякова Е.В. Новая парадигма регионального развития // Проблемы современной экономики. 2009. №2(30). [Электронный ресурс] Режим доступа к журналу: http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=25609

20. Бельтюков Є. Становлення системи управління знаннями як пріоритет інноваційного розвитку підприємств // Економіст. 2010. №10. С. 52-55.

21. Берданова О., Вакуленко В. Стратегічне планування регіонального розвитку:Навч. посібник. К.: Вид-во НАДУ, 2007. 96 с.

22. Бікла О. В. Індекс людського розвитку як показник ефективності моделей соціальної політики Електронний ресурс. Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mtpsa/2008/articles/Bikla.pdf.

23. Біла С.О. Стратегії розвитку регіонів: шляхи забезпечення дієвості. Збірник матеріалів «круглого столу» К.: НІСД, 2011. 88 с.

24. Біла С., Стратегії розвитку регіонів: шляхи забезпечення дієвості / С. О. Біла, О. В. Шевченко, М. О. Кушнір та ін.; ред. С. О. Біла К.: НІСД, 2011. 88 с.

25. Близнюк В. Тендерні відмінності оплати праці в Україні // Україна: аспекти праці. 2008. №6. С. 18-26.

26. Боровиков В. Statistica. Искусство анализа данных на компьютере : Для профессионалов [2-е изд.] СПб. : Изд-во Питер. 2003 г. 688 с.

27. Бугай С., Пухлій В., Слівак А., Проблеми становлення регіональної політики України та основні тенденції подальшого розвитку // Формування ринкових відносин в Україні: зб. наук. праць. К., 2009. Вип. 11(102). С. 163-169.

28. Бульба В., Степанко О. Сучасний стан розвитку гуманітарної сфери країн перехідного періоду // Публічне управління: теорія та практика. 2012. №3 (11). Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/putp/2012-3/doc/1/02.pdf

29. Бурлуцький С. Економічна диференціація домогосподарств уконтексті соціального регулювання доходів // Україна:аспекти праці. 2008. №6. С. 33-39.

30. Бусел В. Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови. Київ, Ірпінь. Перун, 2005. 1728 с.

31. Василенко В.А. Стратегічне управління : навчальний посібник К.: ЦУЛ. 2003. 240 с.

32. Васильченко В.С. Державне регулювання зайнятості : навч.посіб. К. : КНЕУ, 2003. 252 с.

33. Вахович І., Чуль О. Розвиток креативних індустрій: регіональний вимір: монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2014. 288 с.

34. Вебер М. Работы М. Вебера по социологии, религии и культуре / АН СССР, ИНИОН, Всесоюз. межвед. центр наук о человеке при президиуме. Вып. 2. М.: ИНИОН, 1991. 345 с.

35. Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984. 367 с.

36. Великий тлумачний словник сучасної української мови / ук-лад. і голов. ред. В. Т. Бусел. К. ; Ірпінь : ВТФ "Перун", 2001. 1426 с.

37. Величко В., Коротеєва Г. Сталий розвиток як характеристика ефективності бізнес-адміністрування підприємства // II Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Бізнес-адміністрування в умовах турбулентної економіки». ХНУМГ ім. О. М. Бекетова. Електронний ресурс Режим доступу : http://ojs.kname.edu.ua/index.php/area/issue/view/663.

38. Вимірники рівня розвитку структурних та інституціональних характеристик національної та глобальної економік : навч.-метод. посіб. / В. В. Козюк [та ін.]; за ред. В. В. Козюка. Тернопіль, 2013. 164с.

39. Вовканич С. Й. Соціогуманістичний контекст наукомісткої економіки інноваційного суспільства // Економіка України. 2003. № 2. С. 53-58.

40. ВРУ ухвалила закон про спрощення експорту послуг для розвитку ІТ-індустрії [Електронний ресурс], 3 листопада 2016. Режим доступу: http://zik.ua/news/2016/11/03/vru_uhvalyla_zakon_pro_sproshchennya_eksportu_poslug_dlya_rozvytku_984947

41. Галахова Т.О. Креативні індустрії: теоретично-методологічні підходи вивчення // Науковий вісник Херсонського державного університету. 2014. №1. С. 9–12.

42. Галушкіна Т.П. Економіка природокористування: навч. посіб. Харків: Бурун Книга, 2009. 480 с.

43. Ганслі Т.Соціальна політика та соціальне забезпечення за ринкової економіки . пер. з англ. О. Перепадя. К. : Основи, 1995. 237 с.

44. Гаркавенко Н. Напрями вдосконалення політики зайнятості населення у ринкових умовах // Україна: аспекти праці. 2008. №6. С. 26-33.

45. Гельвановский М., Трофимова. В., Жуковская И. Конкурентоспособность в микро-, мезо-. макроуровневом измерении // Российский экономический журнал. 1998. №2. С. 18-25.

46. Герасименко Г. В. Гендерні аспекти соціальної політики в Україні : монографія / Г. В. Герасименко. Умань : СПД Сочінський, 2008. 250 с.

47. Герасимчук З., Ткачук.В. Інвестиційний потенціал регіону: методика оцінки, механізми нарощення: Монографія. Луцьк: Надстир'я. 2009. 232 с.;

48. Герасимчук З.В. Регіональна політика сталого розвитку: методологія формування, механізми реалізації: монографія. Луцьк: Надстр'я, 2001. 528 с.

49. Глобальний сайт ООН [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://hdr.undp.org.

50. Глосарій із трудового права та соціально-трудових відносин (з посиланням на досвід Європейського Союзу). МОП. К. : Видавн. дім "Стилос", 2006. 432 с.

51. Гнедовский М. Творческие индустрии: Стратегия инновационного развития Електронний ресурс]. Режим доступу: http://old.interstudio.ru/projects/doclads/gnedovsky.htm.

52. Голікова Т.В. Інституціональна парадигма управління територіальним економічним розвитком // Наукові праці ДонНТУ (Серія: економічна). 2007. Вип. 31-2. С. 80-85..

53. Головатий М., Панасюк М. Соціальна політика і соціальна робота: термінол.понят. слов.; Міжрегіон. акад. упр. персоналом. К. : МАУП, 2005. 560 с.

54. Головаха Є., Паніна Н. Українське суспільство 1992-2008: Соціологічний моніторинг К., 2008. 85 с.

55. Головач А. В. Статистика : підруч.; за ред. А. В. Головача, А. М. Єріної, О. В. Козирєва. К. : Вища школа, 1993. 623 с.

56. Горбатюк С. Нормативно-правові аспекти забезпечення соціальної роботи на регіональному рівні // Статистика України. 2007. №4. С. 95-99.

57. Гранберг А. Г. Основы региональной экономики. М.: Изд-во ГУВШЄ, 2003. 495 с.

58. Гранберг О., Суслов В., Суспицын С. Многорегиональные системы: экономико-математическое исследование / Гранберг О., Новосибирск: Сибирское Научное Издательство 2007. 371 с.

59. Грисенко М., Чугаєв А. Кількісні методи аналізу міжнародних економічних відносин : навч. посіб. К.: Інститут міжнародних відносин КНУ ім. Т. Шевченка, 2012. 235 с.

60. Грішнова О. А. Ефективність освіти як чинник мотивації інвестицій в людський капітал // Регіональні перспективи. 2002. №3–4 (22–23). С.69–72.

61. Грішнова О.А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки. К.: Т-во "Знання", КОО, 2001. 254 с.

62. Гузар У.Є. Економіка знань та її перспективи для України // Регіональна економіка. 2009. № 1. С. 27-35.

63. Гуманітарна політика як мультиплікатор соціального капіталу Української Держави : аналітична записка. Електронний ресурс. Режим доступу : http://www.niss.gov.ua/articles/900/

64. Данилишин Б.М. Проблемы и приоритеты регионального развития Украины // Экономика Украины. 2005. №12. С. 89-90.

65. Дацко О.І. Організаційно-економічне забезпечення формування міжрегіональних кластерів народних текстильних промислів: автореф. дис. на здобуття наук. степеня канд. екон. наук: спец. 08.00.05. Львів, 2010. 23 с.

66. Девис К., Мур У.Е. Некоторые принципы стратификации // Структурно -функциональный анализ в современной социологии. М., 1968. С.71.

67. Державна політика в соціально-гуманітарній сфері. Навч. посібник. К.: Вид. НАДУ, 2007. 94с.

68. Дикий О.В. Основні пріоритети та механізм стратегічного планування соціально-економічного розвитку регіонів // Ефективна економіка. 2011. [Електронний ресурс]: Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/ index.php?operation=1&iid=803

69. Дикунов С.А. Трансформация занятости населения: тенденции и противоречия. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.sgu.ru/sites/default/ files/journals/izvestiya/pdf/2013/12/13/2011.

70. Дистанционная работа на 5—7 часов увеличивает рабочую неделю// Электрон. дан. 2013. Электронный ресурс. Режим доступа: http:// vakansia.net/ content/2012/12/.

71. Долішній М. І. Організаційне та наукове забезпечення реалізації регіональної політики в України // Вісник економічної науки в Україні. 2004. № 2 (6). С. 3-7.

72. Долішній М.І. Регіональна політика на рубежі XX-XXI століть: нові пріоритети: монографія. Електронний ресурс. К.: Наукова думка, 2006. 512 с. // Режим доступу: http://irr.org.ua/publication/dol_mon.pdf

73. Економіка знань модернізаційний проект України / За ред. акад. НАН України В.М. Гейця. акад. НАН України В.П. Семнноженка. чл.-кор. НАН України Б.Є. Кваснюка. К.:Фенікс. 2007. 544 с.

74. Економічний аналіз: навч. посіб. за ред. акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка. Вид. 2-ге, перероб. і доп. К. : КНЕУ, 2003. 556 с.

75. Економічний словник-довідник. За ред. С. В. Мочерного. Київ: Феміна, 1995. 368 с

76. Жуковская В., Мучник И. Факторный анализ в социально-экономических исследованиях. М.: Статистика. 1976. 152 с.

77. Жураковська І. Управління знаннями як чинник підвишення конкурентоспроможності підприємства в інформаційному суспільстві // Проблеми научен. 2007. №7. С. 24-28.

78. Забарна Е. До питання формування методичного підходу до оцінки інвестиційної привабливості регіонів України. // Про-блеми економіки. 2017. №2. С.169-175. http://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2017-2_0-pages-169_175.pdf

79. Забарна Е. До питання формування правових та фінансових передумов самоуправління регіонів та територіальних громад. // Економічний форум. Наук. ж-л. Луцьк: РВВ ЛНТУ, 2018. №1. С. 62-67.

80. Забарна Е. Інноваційна класифікація інструментарію соціального медіа-маркетингу // Матеріали II міжнародної науково-практичної конференції «Управління інноваційним розвитком на макро-, мезота макрорівнях», 7 червня 2016р., м.Одеса, ОНПУ. Т.1. С.55-58.

81. Забарна Е. Інновації в соціальній сфері організації: сутність, види, відмінних характеристики. // Ефективна економіка. Електронне фахове видання. 2014. №9.

82. Забарна Е. Методичні підходи до оцінки факторів соціально-економічного розвитку регіонів. // Економічні науки. Серія «Регіональна економіка». 2017. №14 (55) .

83. Забарна Е. Щьокіна Є. Місце організаційно-управлінських інновацій в розвитку територій. // Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. «Економіка, фінанси, облік, маркетинг та менеджмент в Україні та закордоном», 20 жовтня 2017р., м. Полтава. С. 32-34.

84. Забарна Е. Щьокіна Є. Наукове обґрунтування та запровадження системи організаційно-управлінських інновацій в розвитку регіону / // Проблеми економіки. 2017. №3. С.152-156.

85. Забарна Е., Танасенко М.Наукові засади виявлення факторів розвитку економічного простору регіону // Бізнес Інформ. 2016. №8. С.13-17.

86. Забарна Е.М. Оцінювання інноваційно-інвестиційної складової економічного розвитку // Наука та наукознавство. 2015. №4 (89). С.28-37.

87. Забарна Е.М. Регіональний вектор розвитку підприємництва в сфері екотуризму // Моделювання регіональної економіки: зб. наук. пр./ Прикарпат. нац. ун-т ім. Василя Стефаника. 2016. №2(28). С.223-233.

88. Забарна Е.М. Розвиток сучасного регіону на основі організаційно-управлінських новацій // World scientific extent: Collection of scientific articles. Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2017. P.108-114.

89. Забарна Е.М. Саморозвиток регіону на основі імплементації європейського досвіду в регіональну зовнішньоекономічну політику України // Економіка та суспільство. Електронне наукове фахове видання. 2017. №8. Режим доступу до журналу: http: //economy and society.in.ua

90. Забарна Е., Танасенко М. Соціально-економічний розвиток країни та її регіонів на основі просторового підходу: моногр. Одеса: ОНПУ, 2015. 315с.

91. Забарна Е.М. Специфіка дефініції «регіональні студії» та її прикладне використання // Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Суспільно-географічні чинники розвитку регіонів», 6-7 квітня 2017р., м.Луцьк. С.191-193.

92. Забарна Е.М. Специфіка малого підприємництва в соціально-економічному розвитку регіонів України // Економічний форум. Луцький національний технічний університет. 2016. №2. С.101-109.

93. Забарна Е., Щьокіна Є. Стратегування як інструмент соціально-економічного розвитку регіону. // Моделювання регіональної економіки: зб. наук. пр./ Прикарпат. нац. ун-т ім. Василя Стефаника. Івано-Франківськ. 2016. № 1(27). С.215-225.

94. Забарна Е., Щьокіна Є. Сучасні наукові підходи до соціально-економічного розвитку регіону / Е.М.Забарна, Є.Ю.Щьокіна // Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. «Пріоритети сучасної науки», 27-28 жовтня 2017р., м. Київ. С. 23-25.

95. Забарна Е., Ваннік К. Формування проблеми соціального маркетингу сучасності // Ефективна економіка. Електронне фа-хове видання. 2014. №12.

96. Забарна Е., Дімітрашко К. Формування та розвиток інноваційного потенціалу регіонів Україні. // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні проблеми регіонального розвитку», 27-28 жовтня 2014р., г. Пловдив, Болгарія. Т.2. С.306-310.

97. Забарная Э., Смородинова А. Механизм стратегического инновационного развития региона. // International Scientific Journal Theoretical&Applied Science. V.31. 2015. P.171-174.

98. Забарная Э. Инвестиционная компонента социально-экономического развития региона // Науковий журнал «Наукові за-писки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка». 2017. №5(33). С.62-67.

99. Забарная Э. Социальная сфера и ее взаимодействие с реальным сектором экономики. // Материалы первой междунар.науч.-практ.конф. «Политика корпоративной социальной ответственности в контексте устойчивого социально-экономического развития», 5-6.12.2013. Донецк.

100. Забарная Э.Н. Управление процессом развития инфраструктуры региона через привлечение инвестиций в инновации. // Бізнес Інформ. 2017. №6. С.49-55.

101. Заблоцький Б.Ф. Реґіональна економіка: навч. посіб. / Б.Ф. Заблоцький. Львів: «Новий світ-2000», 2007. 548 с.

102. Заборовець Ю. О. Оцінка ефективності фінансового забезпечення малого та середнього підприємництва в регіонах. // Экономика и право. 2009. № 3. С.184-190.

103. Заревчацька Т. Підприємство як суб'єкт малого підприємництва та малого бізнесу [Електронний ресурс] / Т. Заревчацька Режим доступу: http://udau.edu.ua/library.php?pid =345.

104. Звіт ООН з розвитку людського потенціалу. Електронний ресурс. Режим доступу: http://infolight.org.ua/content/indeks-rozvitku-lyudskogo-potencialu-2015.

105. Зеленцова Е. Креативные индустрии. Зарубежный опыт прикладных исследований // Культурология. Фундаментальные основания прикладных исследований / Ред. И.М. Быховская. М., 2010. С. 45-86

106. Зубенко С.А. Трансформація соціально-економічних систем: тенденції і фактори. // Вісник Тамбовського університету, Серія «Гуманітарні науки», 2009. № 3. С.303-308.

107. Иберла, К. Факторный анализ / К. Иберла. М.: Статистика, 1980. 398 с.

108. Індекс людського розвитку [Електронний ресурс]. Режим доступу : https : // uk.wikipedia.org/wiki.

109. Каленюк І.С. Новітні тенденції у сфері зайнятості в Україні / І. Каленюк // Чернігівський науковий часопис. 2012. № 1(3). С. 168-172. Серія 1, Економіка і управління. с.169

110. Каленюк І.С. Новітні тенденції у сфері зайнятості в Україні / І. Каленюк // Чернігівський науковий часопис. 2012. № 1(3). С. 168-172. Серія 1, Економіка і управління.

111. Карий О. Стратегічне планування розвитку міста. Львів.: ЗУКЦ, 2007. 317 с.

112. Карлова О.А. Соціально-економічні складові функціонування міського комплексу (теорія і практика): монографія. Харків: Видавництво «Мадрид», 2011. 452 с.

113. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура [пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана]. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.

114. Квятковська Л. А. Реалізація принципів концепції сталого розвитку в діяльності підприємства. // Вісник соціально-економічних досліджень. 2013. Вип. 1 (48). С. 85-89.

115. Кендрик Дж. Совокупный капитал США и его формирование. М., 1978. 275 с.

116. Кизим М.О. Промислова політика та кластерізація економіки України: монографія. Х.: ВД «Інжек». 2011. 304 с.

117. Киризюк С.В. Аналіз підходів щодо розвитку креативної економіки, Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. 2014. Т. 19. Вип. 2/1. С. 22-25.

118. Клиновий Д.В. Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка України: навч. посіб. за наук. ред. Л.Г. Чернюк. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 728 с.

119. Ковальська Л., Речун О. Алгоритм проектування потреб регіону в об’єктах роздрібної торгівлі як напрям розвитку підприємницького середовища // Економічний форум. Наук. ж-л. Луцьк: РВВ ЛНТУ, 2017. №4. 346 с. С.86 -93.

120. Ковальська Л., Савош Л. Економічна безпека регіону: оцінка та механізми забезпечення //Науковий журнал «Економічний форум». №4. 2014

121. Ковальська Л. Інвестиційний потенціал сільських територій: аналіз, проблеми та перспективи розвитку // Економічні науки Серія: «Облік і

фінанси». Збірник наукових праць. Луцький національний технічний університет Випуск 12 (45).Ч.3Луцьк, 2015. С. 114-121.

122. Ковальська Л. Інтелектуальний капітал як чинник розвитку підприємницької майстерності Економічний форум. 2017. № 2. С.101-106.

123. Ковальська Л., Оксенюк К., Слівончик О. Кластеризація як механізм підвищення конкурентоспроможності регіону // Економічні науки Серія: «Регіональна економіка». Збірник наукових праць. Луцький національний технічний університет Випуск 11(43). Редкол.: відп.ред. д.е.н., професор Герасимчук З.В. Луцьк, 2014. С. 107-112.

124. Ковальська Л., Речун О. Методичний підхід до оцінки рівня розвитку логістичної системи роздрібної торговельної мережі: підприємницький аспект [Електронний ресурс] // Ефективна економіка. 2017 №5. Режим доступу до журналу: http://www.economy.nayka.com.ua

125. Ковальська Л. Особливості функціонування та перспективи розвитку роздрібної торговельної мережі регіонів України // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка». Випуск 1 (47). Т.2Ужгород, 2016. С. 161-167.

126. Ковальська Л. Соціально-економічний розвиток сільських територій // Економічні науки Серія: «Економічна теорія та економічна історія». Збірник наукових праць. Луцький національний технічний університет Випуск 12 (48). Редкол.: відп.ред. д.е.н., професор Герасимчук З.В. Луцьк, 2015. С. 85-92.

127. Ковальська Л. Стратегічні імперативи розвитку соціальної інфраструктури регіону //Науковий журнал «Економічний форум». №4. 2014.

128. Ковальська Л.Л., Махомет Ю.В. Інтелектуальний потенціал регіону: оцінка та механізми нарощення. Монографія Луцьк: СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2014.365 с.

129. Ковальчук О. Я. Математичне моделювання і прогнозування в міжнародних відносинах. Тернопіль : ТНЕУ, 2016 423 с.

130. Колот А.М. Соціально-трудова сфера: стан відносин, нові виклики, тенденції розвитку: моногр. К.: КНЕУ, 2010. 251 с., с. 73;

131. Колот А. Трансформація інституту зайнятості як складова глобальних змін у соціально-трудовій сфері // Україна: аспекти праці. 2009. № 8. С. 3—14.4, с. 12

132. Комплексний демографічний прогноз України на період до 2050 р. Фонд народонаселення ООН ; Ін-т демографії та соц. дослідж. ; Держ. ком.статистики України ; Укр. центр соц. реформ ; Е. М. Лібанова (ред.). К.,2006. 138 с.

133. Кондіус І.С. Теоретичні та прикладні засади прогнозування стійкого розвитку регіону. Севастополь: Севастопольський центр перепідготовки та підвищення кваліфікації, 2009. 46 с.

134. Концепція розвитку регіональної інноваційної системи Харківщини / Під науковою редакцією В.С.Пономаренко. Х.: ВД «ИНЖЕК», 2011. 142 с.

135. Корогод І., Корогод І., Оцінка впливу малого бізнесу на регіональну економіку // Статистичне забезпечення управління сталим розвитком економіки та соціальної сфери: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференці. Чернігів: Черніг.нац.технол.ун-т, 2015. С. 173-175.

136. Корогод І.В. Підвищення ефективності функціонування малого бізнесу регіонів на основі стратегічного планування // Структурні трансформації національних економік в глобальному вимірі: матеріали IV Міжнар. Наук.-практ. конф. Миколаїв : МНУ імені В.О. Сухомлинського, 2015. С. 166-169.

137. Короткий філософський словник-довідник: [Українсько-англо-німецько-французький словник-довідник] / [Чорний І. П., Бродецький О. Є., Драненко Г. Ф. та ін.] ; за ред. І. П. Чорного, О. Є. Бродецького ; М-во освіти і науки України, Чернів. нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. Чернівці : Рута, 2006. 285 с

138. Корсак К. Від традиційних моделей організаційної економіки до інноваційної // Персонал. 2010. -№ 2. С. 12-17.

139. Красовська О.Ю. Знання як сучасна тенденція світогосподарського розвитку // Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво. 2010. №2. С.108-114.

140. Красота О. В. Мале підприємництво: економічна сутність та роль у подоланні кризи // Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. 2010. № 7. С. 37-40.

141. Креативні індустрії мають шанси врятувати економіку України, у тому числі завдяки експорту експерти [Електронний ресурс], 08 липня 2015. Режим доступу: http://uacrisis.org/ua/28293-creativite-l-entreprise-pourrait-sauver-leconomie-de-lukraine-particulier-exportations-experts

142. Кукса І.М. Стратегічне планування соціально-економічного розвитку регіону // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. Луганськ., 2011. №17 (171). С. 218-224.

143. Купалова Г. І. Теорія економічного аналізу : навч. посіб К. : Знання, 2008. 639 с.

144. Кутідзе Л.С. Роль стратегічного планування у формуванні економічного потенціалу регіону // Вісник НУ "Політехніка" : Логістика. 2009. № 472. С. 103-108.

145. Куценко В.І. Гуманітарна сфера: питання теорії і практики; НАН України, Рада по вивченню продукт. сил України. К. : Науковий світ, 2002. 456 с.

146. Куценко В.І. Розвиток соціальної сфери в умовах формування ринкових відносин (питання теорії і практики); НАН України, Рада по вивченню продукт. сил України. К. : РВПС України НАН України, 2007. 100 с.

147. Куценко В.І. Соціальна держава (проблеми теорії, методології, практики). Рада по вивч. продукт. сил України НАН України. К. : Заповіт, 2003. 228 с.

148. Куценко В.І. Соціальна сфера: реальність і контури майбутнього (питання теорії і практики: монографія: НАН України, Рада по вивченню продукт. сил України. Ніжин: Аспект-Поліграф, 2008. 818 с.

149. Куценко В.І. Соціальна сфера: реальність і контури майбутнього (питання теорії і практики). РВПС України НАН України. Ніжин: ТОВ

«Видавництво «Аспект-Поліграф», 2008. 818 с.

150. Лагутін В.Д. Соціальне партнерство і проблеми реформування оплати праці в Україні // Соціальні пріоритети ринку праці в умовах структурної модернізації економіки. Наукові доповіді міжнар. наук.-практ. конф.: В 2 т. К.: Мінпраці та соціальної політики України, РВПС України НАН України, Український інститут соціальних досліджень. 2000. Т. 1. С. 148-154.

151. Лендьел М., Винницький Ю., Ратейчак. К. Моніторинг та оцінювання стратегій і програм регіонального розвитку в Україні: Вид-во «К.І.С.», 2007. 120 с.

152. Литвин І. В. Особливості пошуку інноваційних ідей у системі креативного менеджменту // Науковий вісник НЛТУ України. 2011. − Вип. 21.7. С. 360-364.

153. Литвиненко С. Креативність як загальна здібність до творчості: сучасні підходи // Збірник наукових праць полтавського державного педагогічного університету імені В.Г. Короленка. Серія «Педагогічні науки». Випуск 3 (50). Полтава, 2006. С. 215-219.

154. Лишиленко В.І. Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка: навч. посіб.. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 325 с.

155. Любохинець Л. С. Міжнародний досвід та національна практика оцінки розвитку людського капіталу // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций : региональный аспект [сб. науч. тр.] / Донец. нац. ун-т. Донецк, 2014. Т. 2. С. 195201.

156. Людський розвиток в Україні: інноваційний вимір (колективна монографія) / За ред. Е.М. Лібанової. К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень НАН України, 2008 р. 316 с.

157. Людський розвиток в Україні: можливості та напрями соціальних інвестицій (колективна науково-аналітична монографія) / За ред. Е.М. Лібанової. К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень НАН України, Держкомстат України, 2016 р. 356 с.

158. Людський розвиток регіонів України: аналіз та прогноз (колективна монографія) / За ред. Е.М. Лібанової. К.: Ін-т демографії та

соціальних досліджень НАН України, 2007 р. 328 с.

159. Людський розвиток регіонів України: методика оцінки та сучасний стан. РВСП України, Київ. 2002 р. 123 с.

160. Ляшенко О. М. Прогнозна модель світового людського розвитку: економетричний підхід // Український журнал прикладної економіки. 2016. Том 1. № 2. С. 73–85.

161. Ляшенко О., Тарнавська Н. Теорія нового економічного росту: розвиток через інновації// Вісник Тернопільського національного економічного університету. Тернопіль, 2007. Вип.5. С. 255-260.

162. Мазуренко Л. Підтримка малого і середнього бізнесу в контексті соціальної політики: основні поняття і категорії // Освіта регіону. 2011. № 4. С. 249.

163. Макконнелл К. Р., Брю С. Л. Экономикс. Принципы, проблемы и політика: Пер. с 13-го англ. изд. М.: ИНФРА-М, 1999. 974 с.

164. Маркс К. Введение (Из экономических рукописей 1857—1858 годов) // Собр. соч., изд. 2, т. 12. М.: Политиздат, 1958. 879 с.

165. Мартиненко М.М. Стратегічний менеджмент: підручник. К. : Каравелла. 2006 320 с.

166. Маршавін Ю.М. Соціальне партнерство у системі регулювання ринку праці України // Социально-экономические аспекты промышленной политики. Социально-трудовые отношения в современных экономических условиях: Сб. науч. тр. Донецк: ИЭП НАН Украины. 2001. Т.2. С. 5-12.

167. Маслоу А. Мотивация и личность [3-е изд.] СПб.: Питер, 2006. 352 с.

168. Маюренко С. О. Теоретичні засади дослідження понять «регіон» та «регіональна господарська система» // Науковий вісник ЧДІЕУ Регіональна економіка. 2010. № 4 (8). С. 97-102.

169. Международная экономическая деятельность: региональный аспект. Сімферополь: Таврия, 2006. 176с. (С.157 169).

170. Мельник Л. Формування економіки знань, або принципи організації майбутнього // Вісник Національної Академії Наук України. 2010. №6. С. 19-28.

171. Мельник М. І. Формування бізнес-середовища України в умовах інституційних трансформацій: монографія. Львів: ІРД НАН України, 2012. 568 с.

172. Мельник С. Економіка знань: світовий досвід та перспективи впровадження в Україні / С. Мельник // Виша школа. 2009. №10. С. 14-25.

173. Методические аспекты исследования региональной экономики / Ф.В. Зінов'єв, В.Є. Реутов, Н.А. Космарова та ін.. Сімферополь: Таврия, 2005. 160 с.

174. Механізм регіонального розвитку національної економіки / Упор.: В.Ф. Столяров, С.В. Кукарцева. К.: КНУТД, 2006. 36 с.

175. Механізми розвитку підприємництва в умовах посткризового відновлення економіки України : аналіт. доп. / Д. С. Покришка, Я. А. Жаліло, Д. В. Ляпін, Я. В. Белінська [та ін.]. К. : НІСД, 2010. 72с.

176. Михеев В.А. Основы социального партнёрства: теория и політика /В.А.Михеев. М.: Экзамен, 2001. 448 с.

177. Мірошниченко О.В. Методологічні проблеми удосконалення системи соціально партнерства в Україні: Дис. … канд. екон. наук: 08.09.01 «Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика» / О.В.Мірошниченко. Харків., 2004. 229 с.

178. Многомерный статистический анализ в экономических задачах : компьютерное моделирование в SPSS. учеб пособ. Под ред. И. В. Орловой. М. : Вузовский учебник, 2009. 310 с.

179. Моніторингові оцінювання складних соціально-економічних явищ розвитку регіону / за наук. ред. Я. О. Побурка. – Львів : НАН України. Ін-т регіональних досліджень, 2006. 306 с.

180. Моторна І. Дистанційна зайнятість в умовах глобалізації економіки та соціально-економічні вигоди від її реалізації // Україна: аспекти праці. 2008. №6. С. 6—12.

181. Мочерний С. В. Основи підприємницької діяльності: навч. посіб./ С. В. Мочерний, О. А. Устенко, С. І. Чеботар. К.:Академія, 2001. 280 с.

182. Новації в оподаткуванні доходів фізичних осіб / А. Бодюк,В. Дубель, С. Дусяк // Україна: аспекти праці. 2008. №3. С. 19-22.

183. Носань Н.С. Економіка знань: сутність, перспективи і розвиток в Україні // Актуальні проблеми економіки. 2011. №5. С. 12-19.

184. Осипов В., Півоварчук І., Парасюк І. Стратегічне планування як ефективний інструмент управління регіональним розвитком // Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. 2011. №1. С. 89-100.

185. Основы региональной экономики / отв. ред. А.Г. Гранберг] М.: Экономика, 2000. С. 83-84.

186. Павлюк Р.О. Креативність як складова частина професійної підготовки майбутніх учителів [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.rusnauka.com/16_NPM_2007/Pedagogica/22154.doc.htm

187. Перший Всеукраїнський перепис населення: історичні, методологічні, соціальні, економічні, етнічні аспекти / Н. С. Власенко, І. О. Курило, Е. М. Лібанова та ін. ; С. І. Пирожков (наук. ред.). Офіц. вид. К. : ІВЦ Держкомстату України, 2004. 560 с.

188. Петкова Л.О. Економічне зростання в Україні: регіональний вимір Черкаси: ЧДТУ. 2009. 271 с.

189. Пиаже Ж.О природе креативности / Ж.О. Пиаже // Вестник МГУ. 1996. Серия 14. С. 23-25.

190. Пономарев Я.А. Психология творчества. М.: Наука, 1976. 304с.

191. Пономаренко В.С. Проблеми підготовки компетентних економістів та менеджерів в Україні: монографія. Х.: ВД «Інжек». 2011. 304 с.

192. Популярная экономическая энциклопедия. М.: НИ БРЭ, 2001. 368 с.

193. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов: пер. С англ.: Альпина Бизнес Букс. 2005. 454с.

194. Портер М. Международная конкуренция. М., 1993. с. 678

195. Поручник А., Чужиков В. Сучасна парадигма регіонального розвитку постсоціалістичних країн // Збірник наукових праць «Економіка та підприємництво». 2002. Випуск 9. С. 51-58.

196. Про окремі категорії навчальної дисципліни «Розміщення продуктивних сил» / Кочетов О.П., Григорович А.В., Торгова Л.В. [Електронний ресурс] // Вісник Хмельницького інституту регіонального

управління та права. С. 263-266. Режим доступу до журналу: http://www.univer.km.ua/visnyk/485.pdf

197. Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні: Національна доповідь / К.О. Ващенко, З.С. Варналій, В.Є. Воротін, В.М. Геєць, Е.М., Кужель О. В., Лібанова та ін. К., Держкомпідприємництво, 2008. 226с.

198. Пушкар З., Пушкар Б. Стратегічне планування регіонального розвитку // Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. Випуск 13., 2011. С. 1419.

199. Рак Н. Економіка знань: сутність та фактори управління знаннями. //Регіональна економіка, №3, 2009с.224-232.

200. Регіональна економіка: тексти лекцій. за заг. ред. М.І. Фащевського, О.В. Ольшанської. К.: КНЕУ, 2009. 328 с.

201. Регіональна інноваційна система: теорія і практика: Монографія / Під науковою редакцією докт. екон. наук, професора В.С. Пономаренка. Х.: ВД «ІНЖЕК». 2011. 544

202. Регіональна політика України: формування соціально-гуманітарних пріоритетів розвитку (за ред.. Ю. Пищенко) .К.: Укр.. незалежний центр політичних досліджень, 2006.332с.

203. Регіони України: проблеми та пріоритети соціально-економічного розвитку: монографія / [З.С. Варналій, А.І. Мокій, О.Ф. Новікова, С.А. Романюк, В.І. Чужиков та ін.]; за ред. З.С. Варналія К.: Знання України, 2005. 498 с.

204. Реутов В. Є. Закономірності і парадигми регіонального розвитку// Ефективна економіка №9-2010 Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=319

205. Розин Б., Ягольницер М. Конструирование экономико-статистических моделей с заданными свойствами. Новосибирск: Наука, 1981.– 176 с.

206. Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка: підруч. / [В.В. Ковалевський, О.Л. Михайлюк, В.Ф. Семенов, О.П. Єгоров та ін.]; за ред. В.В. Ковалевського, О.Л. Михайлюк, В.Ф. Семенова. 8-ме вид., стер. К.: Знання, 2006. 350 с.

207. Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка: підруч. за заг. ред. д-ра екон. наук., проф., чл.-кор. Дорогунцова. К.:КНЕУ, 2005. 988 с.

208. Розміщення продуктивних сил України: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / С.І. Дорогунцов, Ю.І. Пітюренко, Я.Б. Олійник та ін.. К.: КНЕУ, 2000. 364 с.

209. Розміщення продуктивних сил: навч. посіб. / Сазонець І.Л., Джинджоян В.В., Чубар О.О. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 320 с.

210. Рохчин В., Знаменская К. Проблемы научного обеспечения стратегического планирования развития муниципальных образований Н. СПб: Северо-Западный филиал РНЦГМУ, 2000. 361 с.

211. Сартр Ж. П. Бытие и ничто: Опыт феноменологической онтологии: пер. с фр. М.: Республика, 2000. 112 с.

212. Семенов В.Ф. Регіональна економіка: навч. посіб. / В.Ф. Семенов. К.: «МП Леся», 2008. 596 с.

213. Семиноженко В.П. Інноваційна політика України як національний проект // Економіка знань: виклик глобалізації та Україна: Монографія / Під заг. Ред.. А.П. Гальчинського, С.В. Льовочкіна. В.П. Семиноженка. К.: Основа. 2004. 168 с.

214. Скавронська І.В. Економічний взаємозв’язок між глобалізацією і креативністю: матеріали Х Міжн. науково-практичної конф. “Альянс наук: вчений вченому”. Дніпропетровськ, 2016. С.7 9.

215. Скавронська І.В. Особливості розвитку креативних індустрій в Україні Матеріали ІІ Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції з міжнародною участю [“Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами”], (Луцьк, 8 грудня 2016 року) / РВВ Луцького НТУ, 2016. Ч. 5. 350 с. С. 218 222. Режим доступу: www.economosvita.lntu.edu.ua

216. Сквоты и Сквотирование: Зачем Платить, Чтобы Жить? [Електронний ресурс], 3 апреля 2009 г. Режим доступу: http://ru-squatting.livejournal.com/19357.html

217. Скібіцький О.М. Стратегічний менеджмент : навчальний посібник К.: Центр навчальної літератури. 2006. 312 с.

218. Скоч А.В. Эффективность кластеризации региональной экономики // Экономические стратегии. 2007. №05-06. С. 156-159.

219. Словарь иностранных слов. / Под ред. Петрова Ф.Н. и др. М., Советская энциклопедия, 1964. 784с

220. Смирнова В. Процессы и функции управления знаниями/В. Смирнова // Проблемы теории и практики управления. 2008. №8. С. 98-109.

221. Смолянюк В. Ф. Глобалізаційні і геополітичні пертурбації: значення для України // Людина і соціум в умовах глобальної кризи: погляд крізь призму суспільствознавства та богослов'я. К. : Нац. акад. упр., 2010. С. 61-68.

222. Смородинский, С. С. Методы анализа и принятия управленческих решений: учеб. пособ. – Мн.: БКУУ, 1999. – 101 с.

223. Соколенко С.І. Кластери в глобальній економіці. К.: Логос, 2004. 848 с.

224. Соловьев В.С. Оправдание добра. Нравственная философия / В.С. Соловьев . М.: Республика, 1996. 479 с.

225. Сотула В. Соціальне підприємництво як інноваційна модель розвитку економіки // Ефективна економіка. 2013. № 4. Електронний ресурс. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_4_72.

226. Соціальна безпека: теорія та українська практика. І. Ф. Гнибіденко, А. М. Колот, О. Ф. Новікова та ін. ; Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана ; І. Ф. Гнибіденко (ред.). К. : КНЕУ, 2006. 291 с.

227. Соціальний розвиток України: сучасні трансформації та перспективи / С. І. Бандур, Т. А. Заяць, В. І. Куценко та ін. ; НАН України ; Рада по вивченню продукт. сил України ; Б. М. Данилишин (ред.). 2-ге вид., допов. і перероб. Черкаси : Брама-Україна, 2006. 619 с.

228. Соціально-гуманітарний простір і розвиток продуктивних сил України: методологічні аспекти, визначення взаємодії. К.: РВПС України НАН України,2009. 92 с.

229. Соціально-гуманітарний простір і розвиток продуктивних сил України: методологічні аспекти визначення взаємодії: [монографія] / наук. ред. М.А. Хвесик; НАН України, Рада по вивченню продуктивних сил

України. К., 2009 492 с.

230. Сталий розвиток XXI століття: управління, технології, модель. Дискусії 2015. Колективна монографія. [Акулов-Муратов В.В., Алимов О.М., Андерсон В.М., Андрєєва Н.М.та ін.] / НАН України, ДУ «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку НАН Укра-їни»; НТУУ «Київський політехнічний інститут»; Інститут телекомунікацій та глобального інформаційного простору НАН України; Вища економіко-гуманітарна школа; Міжнародна асоціація сталого розвитку / за наук.ред.проф.Хлобистова Є.В. Черкаси, 2015. 538 с.

231. Стеченко Д.М. Розміщення продуктивних сил і регіоналістика: підруч. К.: Вікар, 2006. 396 с.

232. Стратегічні документи соціально-економічного розвитку. Аналітична записка Проекту економічного та соціального розвитку ПРООН. К.: 2003. http://old.niss.gov.ua/book/Zhalilo_mon/3.pdf

233. Структурні трансформації в економіці України : динаміка, суперечності та вплив на економічний розвиток : наукова доповідь / [Л. В. Шинкарук, І. А. Бевз, І. В. Барановська та ін.] ; за ред. чл.-кор. НАН України Л. В. Шинкарук ; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». К., 2015. 304 с.

234. Так чому нації занепадають. Походження влади, багатства та бідності / Д. Аджемоґлу, Д. Робінсон. Київ : Наш формат, 2016. 472 с.

235. Творческие индустрии в современном городе // Программа содействия малым проектам приграничного сотрудничества «Тасис». С-Пб, Хельсинки, Манчестер. Сентябрь 2002 г. / Под ред. Беловой Е., Кантелл Т. И др.

236. Ткачук Р. Ф. Гуманітарний розвиток України в контексті кризових явищ культури // Державне управління: теорія та практика : електрон. наук. фах. вид. 2012. №1. Електронний ресурс. Режим доступу : http://www.academy.gov.ua/ej/ej15/txts/12TRFKYK.pdf

237. Томарева-Патлахова В.В. Стимулювання інноваційно-технологічного розвитку регіонів. //Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво: наук.-вироб. журн. 2012. N 2. С. 196-201.

238. Топоркова, О. (2015). Генезис теорії інформаційно-мережевої економіки. //Ефективна економіка. http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2015/61.pdf

239. Тоффлер Э. Третья волна. М. : АСТ, 2004. 784 с.

240. Тоффлер Э. Шок будущего. М. : АСТ, 2001. 560 с.

241. Туриніна О. Л. Особливості педагогічної взаємодії з майбутніми психологами // Наукові праці МАУП. 2013. Вип. 3. С. 164-167.

242. Турський И., Ляшенко О Концептуальные основы оценки регионального развития в условиях формирования новой парадигмы социально-экономического развития регионов // International Journal of Innovative Technologies in Economy. 3(9) 2017. С. 23-31

243. Турський І. Домінанти управління малим підприємством через призму концепції економічної власності //Наукові записки Національного університету "Острозька академія": серія "Економіка". вип. 21 2013. С. 100-107

244. Турський І. Аналітичне дослідження структури підприємництва регіонів України // Агросвіт № 14. 2017. С. 33-38

245. Турський І. Багатовимірне економетричне оцінювання впливу соціально-гуманітарного розвитку підприємств на розвиток країн/І. В. Турський// Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: економічні науки. Вип. 22–2 2017. С. 148-156

246. Турський І. В. Державне регулювання малого бізнесу в Україні та шляхи його вдосконалення //Наукові записки Тернопільського державного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: економіка. №15,-Тернопіль 2003. С.174-180

247. Турський І. В. Методологія дослідження та економічний зміст малого бізнесу //Наукові записки Тернопільського державного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: економіка. №10,-Тернопіль 2002. С.51-53

248. Турський І. , Тарнавська Н. Мотиваційне середовище персоналу як чинник формування інноваційного типу поведінки малих підприємств //

Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка». Спецвипуск 22. Ужгород, 2007. С. 216-224

249. Турський І. В. Особливості та класифікація функцій менеджменту // Наукові записки Тернопільського державного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: економіка. №13,-Тернопіль 2002. С.150-152

250. Турський І. В. Теоретичні засади методики оцінювання стійкості малого підприємства // Вісник НУ «Львівська політехніка». Випуск № 580. Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2007. С. 126 133.

251. Турський І. В. Управління малим підприємством як економічна категорія //Вісник Тернопільської академії народного господарства. Випуск 7/1. Тернопіль. 2002. С.111-115

252. Турський І. Вплив креативного класу на економічну діяльність та регіональний розвиток// International scientific conference “The global competitive environment: development of social and economic systems, (April 21, 2017, Chisinau, Republic of Moldova): Baltija Publishing. С. 96-99

253. Турський І. Глобальний та регіональний виміри новітньої парадигми соціально-гуманітарного розвитку підприємництва: теорія та практика: Монографія/ Ігор Володимирович Турський. Тернопіль: “Тернограф”, 2016 300 с. (17,44 д.а.)

254. Турський І. Глобальні та регіональні тренди креативних індустрій та перспективи їх розвитку в Україні // Моделювання регіональної економіки. №2(30) 2017. С. 108-127

255. Турський І. До питання вимірювання впливу розвитку підприємництва на соціально-економічний розвиток країни// Матеріали міжнародної науково-практичної конференції “Актуальні проблеми функціонування господарської системи України”, (2017 р., м. Львів). Херсон: Видавничий дім “Гельветика”, 2017 С.10-13

256. Турський І., Спасів Н. Домінанти політики оптимізації видаткової частини місцевих бюджетів України на соціальні цілі // Інноваційна економіка № 12 (38) 2012. С. 223-226

257. Турський І. Домінанти політики оптимізації видаткової частини місцевих бюджетів України на соціальні цілі /Турський І. В., Спасів Н. Я. // Інноваційна економіка. Вип. 12(38) 2012. С. 223-226

258. Турський І. Доходи державного бюджету України-2012: асиметрії формування та резерви нарощування //Наукові записки. Серія "Економіка": збірник наукових праць. Вип. 21. 2013 С. 195–202

259. Турський І. Економетричний підхід до кластеризації регіонів України за рівнем соціально-економічного розвитку // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство» Випуск № 14. 2017. С. 44-55

260. Турський І., Гайда Т. Економіка знань: соціально-гуманітарні фактори розвитку та регіональні аспекти / І.В.Турський, Т.Ю. // Бізнес-Інформ. № 8. 2017 р. С. 14–21.

261. Турський І. Знання як детермінанта трансформації моделей економічного розвитку регіонів і країн // Інвестиції: практика і досвід № 14. 2017. С. 43-49

262. Турський І. Концептуальні основи формування новітньої парадигми соціально-економічного розвитку регіонів //Проблеми економіки № 4. 2017 р. С. 230-235

263. Турський І. Креативність детермінанта трансформації продуктивних сил// Матеріали міжнародної науково-практичної конференції "Проблеми та перспективи розвитку економіки в контексті євроінтеграційних процесів", (м. Запоріжжя, 2017 р.). С. 72-76

264. Турський І. Міжнародний досвід регіонального розвитку креативних індустрій // Бізнес-Інформ. № 12. 2017 р. С. 72–79.

265. Турський І. Моделювання залежності валового регіонального продукту від розвитку підприємництва регіонів України // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: економічні науки. Вип. 25–7 2017. С. 148–156

266. Турський І. Моделювання оцінки готовності регіонів України до розвитку економіки знань // Моделювання регіональної економіки. № 1(27). 2016 р.С. 30-40

267. Турський І. Новітня трансформація продуктивних сил: концептуалізація взаємозв'язку креативності і конкурентоспроможності підприємств // Моделювання регіональної економіки. №1(29) 2017. С. 124–141

268. Турський І. Оптимізація і підвищення ефективності концентрації і спеціалізації в роздрібній торгівлі та побутовому обслуговуванні на селі // в кн. Активізація діяльності підприємств торгівельно-побутового сервісу в умовах сільської місцевості: Монографія / Кирич Н. Б., Мулярчук Л. М., Погайдак О. Б., Турський І. В./ Тернопіль: ТзОВ "Тернограф", 2011. 524 с.

269. Турський І. Основні тенденції формування економіки знань та необхідність трансформації продуктивних сил // Глобальні і національні проблеми економіки. № 13. 2017. Електронний ресурс. Режим доступу до статті: http//global-national.in.ua/issue-18-2017

270. Турський І. Особливості впливу економіки знань на соціо-гуманітарний розвиток підприємництва регіонів. [Електронний ресурс] // Ефективна економіка №7. 2017 р. Режим доступу до статті: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5687

271. Турський І. Особливості сучасних інноваційних стратегій транснаціональних корпорацій/ Турський І. В., Сус М. М.//Молодий вчений. Вип. 12.1 (40), Ч. IV2016 С. 986-900

272. Турський І., Ляшенко О. Підхід до економетричного аналізу розвитку підприємництва в контексті соціально-гуманітарного розвитку країн і регіонів/ Турський І.В// East European Science Journal. 11(27) 2017. С. 46-56

273. Турський І. Практика формування методології економетричного аналізу сталого розвитку підприємств // Proceedings of the international scientific conference "Innovative Economy: Processes, Strategies, Technologies", Part II. (January 27, 2017, Kielce, Poland) Baltija Publishing. 2017. С. 162–164

274. Турський І. Регіональний розвиток через економіку знань нова якість розвитку // Приазовський економічний вісник. 2017. Випуск № 3(03). С. 59–64. Електронний ресурс. Режим доступу до ресурсу: http://pev.kpu.zp.ua/vypusk-3-03

275. Турський І. Регіональні моделі креативних індустрій: порівняльний // Моделювання регіональної економіки. № 2 (28). 2016 р. С. 244–262

276. Турський І. Соціально-гуманітарний розвиток підприємств у контексті глобального прогресу // Збірник тез всеукраїнської науково-практичної конференції “Фінанси, менеджмент та аудит: стан та перспективи розвитку”, (м. Одеса): “Центр економічних досліджень та розвитку”. О.: ЦЕДР, 2017. С. 58-62

277. Турський І. Соціально-гуманітарні виміри підприємницької діяльності// Proceedings of the III international scientific and practical conference “Scientific and Practical Results in 2016. Prospects for their development ”, (December 27-28, 2016, Abu-Dhabi, UAE) №1(17), Vol. 2, January 2017. С. 42–45

278. Турський І., Ляшенко О. Становлення глобальної економіки знань основа нової парадигми регіонального розвитку //Глобальний економічний простір: детермінанти розвитку. Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Миколаїв, 27 квітня 2017 р.). Миколаїв : МНУ імені В.О. Сухомлинського, 2017. С. 24–28

279. Турський І., Ляшенко О. Теоретико-прикладні аспекти моделювання процесів розвитку підприємництва регіонів. // Економіка: реалії часу. №3(31) 2017 С. 60-69.

280. Турський І. Український вектор розвитку соціального підприємництва пріоритет регіонального економічного розвитку // Економіка і держава. №8. 2017. С. 22–26

281. Турський І. Управління власністю малого підприємства.дис. на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. за спец 08.00.04 економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Тернопіль –ТНЕУ 2010. 284 с.

282. Турський І. Факторне оцінювання впливу розвитку підприємництва на економічний розвиток регіонів. // Економіка та суспільство №11. 2017. Електронний ресурс. Режим доступу до статті: http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal-11

283. Турський І. Управління економічною власністю в посттрансформаційній економіці //Актуальні проблеми економіки. 2007. №8. С. 167-174.

284. Узагальнений звіт про стан виконання регіональних програм розвитку малого підприємництва в Україні у 2012 році. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.dkrp.gov.ua/print/1101.

285. Управління малим підприємством. Економічна енциклопедія: у трьох томах. Т.3 / Редкол.: С. В. Мочерний(відп.ред.) та ін. К.: Видавничий центр «Академія», 2002. С.752-753

286. Управління соціальним і гуманітарним розвитком : навч. посіб. /[авт. кол. : В. П. Трощинський, В. А. Скуратівський, Е. М. Лібанова та ін.] за заг. ред. В. П. Трощинського, В. А. Скуратівського : у 2 ч. К. : НАДУ, 2010. Ч. 2. 244 с

287. Управління трудовимпотенціалом: навч. посіб. / В. С. Васильченко, А. М. Гриненко, О. А. Грішнова, Л. П. Керб. К. : КНЕУ, 2005. - 403 с.

288. Устинов Є. О. Соціально-демографічні передумови людського розвитку/ Є. О. Устинов. // Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування. 2016. № 1. Електронний ресурс. Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ttpdu_2016_1_14.

289. Факторный, дискриминантный и кластерный анализ: пер. с англ. / Дж.-О. Ким, Ч.У. Мюллер, У.Р. Клекка, М.С. Олдендерфер, Р.К. Блэшфилд. М.: Финансы и статистика, 1989. 215 с.

290. Факторный, дискриминантный и кластерный аналіз, пер. с англ. / Дж. Ким., Ч. У. Мьюллер, У. Р. Клекка. М.: Финансы и статистика, 1999. 245 с.

291. Федотова Н. Креативный кластер в контексте социокультурных проблем региона // Всероссийская научно-практическая конференция «Социокультурное пространство современной России: вызовы XXI века»: материалы науч. конференц. 30 апреля 2013 г. // Книжный дом «Либроком». 2013. С. 59-68.

292. Философский словарь / сост. И. В. Андрущенко, О. А. Вусатюк, С. В. Линецкий, А. В. Шуба. К. : А.С.К., 2006. 1056 с

293. Философский энциклопедический словарь / ред.-сост. Е. Ф. Губский [и др.]. М. : ИНФРА-М, 1999. 575 с..

294. Філософський словник соціальних термінів / В. П. Андрущенко, Т. В. Андрущенко, В. Г. Антонечко та ін. ; В. П. Андрущенко (заг. ред.). 3-тє вид., доп. К. ; Х. : Вид-во "Р.И.Ф.", 2005. 672 с.

295. Фукуяма Ф. Конец истории? // Вопросы философии. 1990. № 3. С. 84118.

296. Человеческое развитие и “взрыв” демократии: вариации изменений режимов среди 60 обществ / Х. Вельцель, Р. Инглхарт // Социология: теория, методы, маркетинг. 2008. № 1. С. 41-58.

297. Человеческое развитие: новое измерение социально-экономического прогресса/Учебное пособие. Под общ. ред. В. П. Колесова. 2-е изд., доп. и перераб. Сер. Программа развития ООН / Экономический фак. МГУ им. М. В. Ломоносова. 2008. 356 с.

298. Чернюк Л.Г. Комплексність як невід’ємна умова ефективного розвитку регіональних господарських систем. // Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. [«Регіональний розвиток України: проблеми та перспективи»], (Київ, 26 листоп. 2009 р.) Київ: ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана», 2009. С. 720-723.

299. Чорний І. П., Бродецький О. Є., Драненко Г. Ф. та ін. Короткий філософський словник-довідник; за ред. І. П. Чорного, О. Є. Бродецького ; М-во освіти і науки України, Чернів. нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. Чернівці : Рута, 2006. 285 с

300. Чужиков В.І. Глобальна регіоналістика: історія та сучасна методологія: монографія / В.І. Чужиков. К.:КНЕУ, 2008. 272 с.

301. Шевчук П.І. Соціальна політика. / П.І. Шевчук // Навч. посібник. Л.: Світ, 2005. 400с.

302. Шептухина Л. И. Творческие индустрии и городское развитие в XXI веке [Текст] // Экономика, управление, финансы: материалы III междунар. науч. конф. (г. Пермь, февраль 2014 г.). Пермь: Меркурий, 2014. С. 174-176.

303. Шершньова З., Оборська С., Стратегічне управління К. :КНЕУ. 1999. 320 с.

304. Энглен П. «Subtopia»: опыт построения успешного творческого кластера в Швеции [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.creativeindustries.ru/rus/publications/lecture_englen

305. Якість трудового потенціалу та управління трудовою сферою в Україні: соціальна експертиза / О. І. Амоша, О. Ф. Новікова, В. П. Антонюк та ін. ; НАН України ; Ін-т економіки промисловості. Донецьк : ІЕП, 2006. 208 с.

306. Яковлева Е.Л. Эмоциональные механизмы творческого потенциала // Вопросы психологии. 1997. № 4. С. 127-135.

307. A Piece of the Action: Employee Ownership, Equity Pay and the Rise of the Knowledge Economy (Demos Papers, 1997); Oakley Kate “In its own image: New Labour and the Cultural Workforce”, Cultural Trends. (2011) 20.3-4: 281-289.

308. Abhimanyu Das; Charlie Jane Anders (2014), Post-Scarcity Societies [electronic source: http://www.webcitation.org/6d2RghYpt]

309. Abu-Ismail K. Rethinking Global Poverty Measuremen. IPC-IG Working Paper : Brasilia, IPC-IG. 2012. N. 93.

310. Akin C. The Effect of Institutions and Social Capital on Economic Growth [Kurumların ve Sosyal Sermayenin Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi] / C. Akin // Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Adana, 2012.

311. Albert, R. and Runco, M.. A History of Research on Creativity In Sternberg, R. J. Handbook of Creativity. New York: Cambridge University Press. 1999. 56 p.

312. Alvani, Sayed Mahdi, General Manager,. Tehran. Ney Publication. 2010. p. 345

313. Amin Ash., An Institutionalist Perspective on Regional Economic Development, Research Paper, University of Durham.1998, p. 234

314. Andres A. Socio-economic determinants of suicide in Japan // Journal of Behavioral and Experimental Economics. 2011. vol. 40. issue 6. P. 723–731.

315. Annual statistics, NSK Japan Newspaper Publishers & Editors Association, 2015.

316. Arab Media Outlook, Deloitte, 2011-2015.

317. Ata A. Opportunity and Motivation of Corruption in the Framework of Institutional Economics : An Analysis on the EU Countries / A. Ata [Kurumsal İktisat Çerçevesinde Yolsu-zluğun Fırsat ve Motivasyonları: AB Ülkeleri Üzerine Bir İnceleme] // Çukurova Ün-iversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Adana, 2009.

318. Aubert J., Reiffers J., Knowledge Economies in the Middle East and North Africa: toward new development strategies. The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. 2003. 456 p.

319. Audretsch D.B., and E.E. Lehmann. Does the knowledge spillover theory of entrepreneurship hold for regions? // Research Policy 34, no. 8. 2005. pp. 1191–202.

320. Audretsch D.B., M. Keilbach. Resolving the knowledge paradox: Knowledge spillover entrepreneurship and economic growth.// Research Policy 37, no. 102008.: pp. 1697–705.

321. Audretsch, D.B., M.C. Keilbach, and E.E. Lehmann. Entrepreneurship and economic growth. Oxford: Oxford University Press. 2006. 242 p.

322. Autor, Levy, Murnane The Skill Content of Recent Technological Change: An Empirical Exploration. Quarterly Journal of Economics, 118(4), November 2003, pp. 1279-1334.

323. Badulescu D. Social responsibility of romanian companies: contribution to a good society or expected business strategy? // Annals of Faculty of Economics. 2013. vol. 1. issue 1. P. 590–600.

324. Bandick R. Multinationals and plant survival in Swedish manufacturing. // Research Paper 2010/20. Globalisation, Productivity and Technology. The Centre acknowledges financial support from The Leverhulme Trust.

325. Barro R. and Xavier Sala-i-Martin , Economic Growth, McGraw-Hill. 1995 p. 567

326. Bartik T.J. Economic Development Strategies. Upjohn Institute Staff Working Paper 95-33. Kalamazoo, Michigan: W.E. Upjohn Institute for Employment Research. 1995.p. 78

327. Bayyurt N. Comparative efficiency measurement of Turkish and Chinese manufacturing firms [Електронний ресурс. Режим доступу : http://ces.epoka.edu.al/icme/30.pdf.

328. Becker G.S. Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis. N.Y., 1964.

329. Behind the Bleeding Edge: Technology Leapfrogs. (2006) The Economist, September 23.

330. Bibikova V. Social Enterprise in Ukraine // International Comparative Social Enterprise Models. ICSEM Working Papers. 2015. No. 12, Liege : The International Comparative Social Enterprise Models (ICSEM) Project. 39 p.

331. Biever C. 3D printer to churn out copies of itself, New Scientist [electronic source: https://www.newscientist.com/article/dn7165-3d-printer-to-churn-out-copies-of-itself/]

332. Borzaga C. Social Enterprise: A new model for poverty reduction and employment generation / C. Borzaga, G. Galera, R. Nogales, et al., 2008. Bratislava-Lieja : UNDP Bratislava Regional Center/EMES.

333. Bossel H. Indicators for sustainable development : theory, method, applications / H. Bossel. Winnipeg: International Institute for Sustainable Development, 1999.

334. Bourbonnais R. The Contribution of Econometrics to the Management of the Enterprise // Romanian Journal of Economic Forecasting. 2012. N. 1. P. 144–155.

335. Bratsberg B. Immigration and wages: evidence from construction / B. Bratsberg, O. Raaum // Economic Journal. 2012. N. 122. P. 1177–1205.

336. Bratsberg B. Immigration wage efects by origin // Scandinavian Journal of Economics. 2014. N. 116. P. 356–393.

337. Braudel F. 1981-84. Civilization and Capitalism, 15th-18th Century. London: Collins. 3 volumes. 1999. p. 234

338. Brinkley, I., Lee N. (2006). The knowledge economy in Europe: a report prepared for the 2007 EU Spring Council. The work foundation, London. 2006. p. 456

339. Bronfenbrenner, Urie. "Toward an experimental ecology of human development." American psychologist 32.7 1977. 513 p.

340. Bronfenbrenner, Urie. Making human beings human: Bioecological perspectives on human development. Sage, 2005.

341. Bryman A. The Disneyization of Society. London: Sage. 2004. 199 p.

342. Building Knowledge Economies. World Bank: Advanced Strategies for Development. WBI Development Studies. Washington, DC. 2007.

343. Bygrave, William D., and Zacharakis, A. The Portable MBA in Entrepreneurship, 4th Edition. 2010. 504 p.

344. Calling Across the Divide. The Economist, March 10. 2002

345. Campbell, Donald T. Blind variation and selective retentions in creative thought as in other knowledge processes, Psychological Review, Vol 67(6), Nov 1960, pp. 380-400.

346. Carlsson, B.Z., J. Acs, D.B. Audretsch, and P. Braunerhjelm. 2007. The knowledge filter, entrepreneurship and economic growth. //Jena Economic Research Papers 2007.

347. Classifying and Measuring the Creative Industries, Creative skillset, February 2013, 29 p.

348. Clifton, N. and Cooke, P. The Creative Class in the UK: An Initial Analysis. / Centre for Advanced Studies: Regional Industrial Studies Research Report 43. Cardiff: Centre for Advanced Studies, 2007. P. 55–62.

349. Corruption Assessment : Ukraine, Usaid (February 10, 2006) [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PNADK247.pdf

350. Creating opportunity, African University of Creative Arts, 2015.

351. Creative Industries Mapping Documents 2001 / DCMS [online] Available at: https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001 [Accessed 5 Jan. 2017].

352. Creative Industries Mapping Documents 2001 / Department for Culture, Media & Sport. 9 April 2001.

353. Cunnigham, S. Trojan horse or Rorscharch blot? Banks, M., O'Connor, J. Introduction. After creative industries, 2009, 377 p.

354. De Propris, L. and Hypponen, L. Creative Clusters and Governance: The Dominance of the Hollywood Film Cluster. Cheltenham: Edward Elgar, 2008. Pp. 340 –371.

355. Deci, Edward L., and Richard M. Ryan. "Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development, and health." Canadian psychology/Psychologie canadienne 49.3 (2008): 182.

356. Desing, Julius, Royal Castle Neuschwanstein, Kienberger. p. 2009

357. Diamond J. , Guns, Germs, and Steel: The Fates of Human Societies. New York: W. W. Norton 1997 p.125

358. Doring, T., and J. Schellenbach. What do we know about geographical knowledge spillovers and regional growth? //A survey of the literature. Regional Studies 40, no. 3 2006.pp. 375–95.

359. Drucker, P. (1996). The Executive in Action: Managing for Results, Innovation & Entrepreneurship, the Effective Executive, New York: HarperBusiness

360. Duller C. Differences in Management accounting between family enterprises and non-family enterprises: A Statistical Approach // International Journal of Business and Ecoomic Sciences Applied Research (IJBESAR). 2010. vol. 3. issue 1. P. 89–95.

361. Dziekoñski K. Venture capital and private equity investment preferences in selected countries / K. Dziekoñski, S. Ignatiuk // E-Finanse. 2016. vol. 11. issue 3. P. 128–137.

362. Eger, J. The Creative Community. White Paper on Cities of the Future. 2003. P. 8.

363. El desarollo del Mercado audiovisual en Argentina: una industria de exportacion, Ethel Pis Diez, Fausto Garcia, 2013.

364. Ellison, G. and Glaeser E., Geographic Concentration in US Manufacturing Industries: A Dartboard Approach, //Journal of Political Economy. 1997pp. 432-456

365. Erdogan O. A Comparative Study on Credit Risk Assesment of Enterprises In Turkey / O. Erdogan, Z. Konakli, A. Hodzic // International Journal

of Academic Research in Business and Social Sciences. 2016. vol. 6. issue 11. P. 542–555.

366. Eroğlu I. Can Social Capital Be the New Dynamics of Economic Development? / I. Eroğlu, N. Kangal // Annales. Ethics in Economic Life. 2016. vol. 19. issue 4. P. 51–66.

367. Europe 2020 indicators R&D and innovation Eurostat, available at: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Europe_2020_ indicators_-_R%26D_and_innovation 17 Feb 2017.

368. European Competitiveness Report 2010 / European Commission.

369. Ezema N. Dynamics of Budget Deficit and Macroeconomic Fundamentals: Further Evidence from Nigeria God's time Osekhebhen Eigbiremolen / N. Ezema, A. Orji // International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences. 2015. vol. 5. issue 5. P. 31–42.

370. Factor A. Eco-economic theory building: Implications for researching small and medium-sized enterprises / A. Factor. University of Aarhus, Aarhus School of Business, Department of Management, 2001.

371. Ferragina A. The impact of FDI on firm survival / A. Ferragina, R. Pittiglio, F. Reganati. Italy, from FIW, 2009.

372. Flora P., State Formation, Nation-Building and Mass Politics in Europe: The Theory of Stein Rokkan, Oxford University Press.1999, p. 166

373. Florida, R. The Rise of the Creative Class. London: Basic Books, 2004. Pp. 85–91.

374. Florida, R., Mellander, C. and King, K. The global creativity index 2015. Toront: Martin Prosperity Institute.

375. Florida, R.R. The Rise of The Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. NY: Basic Books, 2002.

376. Foster K. , Regional impulses //Journal of Urban Affairs, volume 19, N 4. 1997. p. 34-66

377. Fraser D. A Canonical Analysis of Bank Performance. // Journal of Financial and Quantitative Analysis. 1974. vol. 9. issue 02. P. 287–295.

378. Fukuyama F. "The End of History?", The National Interest (Summer 1989)

379. Fukuyama F. The End of History and the Last Man. New York: Free Press. 1992. 418p.

380. Fukuyama F. The history at the end of history. The Guardian. Retrieved 2008-06-18

381. Fukuyama F. Trust. The Social Virtues and the Creation of Prosperity, N.Y., Free Press. 1996, p. 345

382. Furlanetto F. Immigration and the macroeconomy: some new empirical evidence // Norges Bank Working Paper. 18/2016.

383. Gentilini U. What Do National Poverty Lines Tell us About Global Poverty? // IDS Working Paper. Brighton : IDS. 2012. No. 392.

384. Gentilini U. Where People Live: What Do National Poverty Lines Tell us About Global Poverty? // International Policy Centre for Inclusive Growth. 2012. N. 182.

385. Godin, B. The knowledge-based economy: Conceptual framework or buzzword? //Journal of Technology Transfer. 31, no. 1. 2006.pp. 17–30.

386. Graham E. Market structure and the multinational enterprise: a game-theoretic approach // New Economic Analysis of Multinationals : Edward Elgar Publishing, 2003.

387. Green Paper, 2010. Pp. 5 6.

388. Guilford, J. P. (1959). Traits of creativity. In H. H. Anderson (Ed.), Creativity and its cultivation (pp. 142-161). New York, NY: Harper & Row.

389. Hamnett, C., Whitelegg, D. Loft conversion and gentrification in London: from industrial to postindustrial land use.

390. Harrod R. Toward a Dynamic Economics. London,1948. 275 p.

391. Held D. Liberalism, Marxism and Democracy // Theory and Society. 1993. Vol. 22, no. 2. P. 249–281.

392. Hotelling H. Relations between sets of variates // Biometrika No 40 (3–4). 1942. pp. 321–402

393. Hotelling H. Relations between two sets of variates. Електронний ресурс. // Biometrika. 1936. No 28 (3–4). P. 321–377. Режим доступу:

http://www.csulb.edu/~jchang9/OnlinePapers/relations_between_two_sets_of_variates.pdf.

394. Howkins J. The Mayor's Commision. Creative Industries. Edited by John Hartley. Blackwell Publishing, 2006. 118 p.

395. Howkins, J. The Creative Economy. NY: The penguin press. 2001. 288p.

396. http://csr-ukraine.org/news.

397. http://data.worldBANK.org/indicator.

398. http://dialogs.org.ua/ru/cross/page7953.html.

399. http://economics.unian.net/finance.

400. http://e-uman.org.ua/index.

401. http://gazeta.dt.ua/economics_of_regions/socialne-pidpriyemnictvo-neocinena-neobhidnist-_.html.

402. http://graphics.thomsonreuters.com/15/migrants/index.html#section-asylum.

403. http://live.worldbank.org/out-of-the-shadows-making-mental-health-a-global-development-priority.

404. http://reports.weforum.org/globalenabling-trade-report-2016.

405. http://uk.businessinsider.com/social-progress-index-how-countries-can-obtain-the-best-quality-of-life-2016-6.

406. http://www.buhoblik.org.ua.

407. http://www.golos.com.ua/article/281196.

408. http://www.indexmundi.com/facts/indicators/SI.POV.GINI/rankings.

409. http://www.oecd.org/social/income-distribution-database.htm .

410. http://www.socialbusiness.in.ua.

411. http://www.socialprogressimperative.org/wp-content/uploads/2016/07/SPI-2016-Methodological-Report.pdf.

412. http://www.worldometers.info/world-population/population-by-country.

413. http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5073-17.

414. http://zeitgeist.platfor.ma/social-business-in-ukraine.

415. https://hbr.org/2016/12/refugees-need-jobs-entrepreneurship-can-help.

416. https://www.imf.org/external/pubs/ft/issues/issues30.

417. https://www.weforum.org/agenda/2016/01/these-are-the-world-s-least-corrupt-nations-but-are-they-exporting-their-corruption.

418. https://www.weforum.org/agenda/2016/07/which-countries-are-best-at-converting-economic-growth.

419. https://www.weforum.org/agenda/2016/12/how-immigration-can-lower-unemployment-even-for-native-workers.

420. https://www.wilsoncenter.org/publication/developing-social-entrepreneurship-ukraine.

421. Human Development Reports : United Nations Development Programme [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://hdr.undp.org/en.

422. Huntington H. The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order, London: Touchstone Books, 1998. p. 123

423. Industrial Development Report 2016. Електронний ресурс. Режим доступу : http://www.un.org/en/development/desa/policy/wesp/wesp_archive/2015wesp-ch2-en.pdf.

424. Ippel, J. Developing a model to manage knowledge creation and enterprise Innovation. INCOSE, San Diego, CA. 2015.

425. Ishchenko M. Development of Economic and Mathematical Models of Optimisation of Expenditures at ore Mining and Processing Enterprises / M. Ishchenko // Business Inform. 2014. issue 1. P. 98–102.

426. Jaffe A., Trajtenberg, M. and V. Henderson, Geographic Location of Knowledge Spillover as Evidenced by Patent Citations //Quarterly Journal of Economics. 1993, pp. 12-45

427. Johnson C. The Urban Precariat, Neoliberalization, and the Soft Power of Humanitarian Design / C. Johnson // Journal of Developing Societies, 2011. –N. 34. P. 445–475.

428. Kakiuchi, E. and Takeuchi, K. Creative industries: Reality and potential in Japan, GRIPS, 2014.

429. Kaplan, Robert S., and David P. Norton. (2004). Strategy Maps: Converting Intangible Assets into Tangible Outcomes. Boston: Harvard Business School Press.

430. Kaplinsky, R. (2005). Globalization, poverty and inequality: Between a rock and a hard place. Cambridge, UK: Policy.

431. Kirieieva O. B. Social enterprise as an instrument of public social policy Електронний ресурс. // Public Administration : Theory and Practice. 2011. No 2 (6). Режим доступу : http://www.dbuapa.dp.ua/zbirnik/2011-02(6)/11kobdsp.pdf.

432. Klein J. Survival Analysis Techniques for Censored and Truncated Data / J. Klein, M. Moeschberger // Biometrika. 1936. 28 (3–4). P. 321–377.

433. KMU Forschung Austria, 2003.

434. Knowledge for Development. World Bank Institute's program on building knowledge economies. World Bank Institute, Knowledge for Development Program.

435. Kochetkov V. Detection risk of bankruptcy publishing-printing enterprises on the base of discriminant models // Економічний вісник Донбасу. 2014. issue 1 (35). P. 74–78.

436. Krugman P. Increasing Returns and Economic Geography //Journal of Political Economy. 1991, p. 44-80

437. Kurtić, A., Đonlagić, S. (2012). Determining key factors for knowledge economy development in Bosnia and Hercegovina. Management, Knowledge and Learning. P.116-127.

438. Lakonishok J., Shleifer A., Vishny R. Contrarian Investment, Extrapolation, and Risk // Journal of Finance. 1994. vol. 49. issue 5. P. 1541–1578.

439. Latin America's Media market, US Media Consulting, 2013.

440. Léautier, F. Cities in a globalizing world. Governance, performance and sustainability. World Bank, Washington, DC. 2006.

441. Lee S.Y., R. Florida, Z.J. Acs. Creativity and entrepreneurship: A regional analysis of new firm formation. //Regional Studies 38. N. 8. 2004. pp. 879–91.

442. Levins R. Agricultural Planning Expert: A Model of Farm Enterprise Selection // Journal of Agricultural and Applied Economics. 1990. vol. 22. issue 02. P. 63–68.

443. Lisaniler F. Competitiveness of manufacturing enterprises in North Cyprus: A firm level analysis // MPRA Paper from University Library of Munich, Germany.

444. LSE Enterprise. Study on the impact of the single market on cohesion: implications for cohesion policy, growth and competitiveness : Monograph. London School of Economics and Political Science. London, UK, 2012.

445. Madsen H. Sustainability and corporate environmental focus: an analysis of Danish small and medium sized companies // Managerial and Decision Economics. 1997. Vol. 18, (6). P. 443–453.

446. Mailu S. Rabbit breed characteristics, farmer objectives and preferences in Kenya: A correspondence analysis // University Library of Munich, Germany, 2013.

447. Marshall, A., Principles of Economics, McMillan, London. 1920, p. 876

448. Martin R.L. A Study of the factors of regional competitiveness / A draft final report for the European Commission Directorate General regional policy. Cambridge econometrics, 2007. p. 342

449. Maslow A. H. The farther reaches of human nature. N. Y., 1971.

450. Maslow A. H. Toward a psychology of being. Princeton, 1968.

451. Megatrends 2015, EY, 2015. p. 234

452. Mingfang W. Wilkinson. Cost and benefit estimation of experts' mediation in an enterprise search // Journal of the Association for Information Science & Technology. 2014. vol. 65. issue 1. P. 146–163.

453. Morris M. H., Schindehutte M. LaForge, R. W. () “The emergence of entrepreneurial marketing: nature and meaning” in Hills, Research at the Marketing/Entrepreneurship Interface, 2003. University of Illinois, Chicago.

454. Moshabeki, Asghar, Vafa'i, Farhad, (). Creativity, the reason of stagnation in the organization, Management Development Magazine, No. 50. 2003. p. 345

455. Mudambi R. Multinational Enterprises and the Geographical Clustering of Innovation // Industry and Innovation. 2012. vol. 19. issue 1. P. 1–21.

456. Mumford, Michael D. Handbook of Organizational Creativity. Academic Press. 2011. 754 p.

457. Nafziger E. War, Hunger, and Displacement: An Econometric Investigation into the Sources of Humanitarian Emergencies // European Economic Review : Oxford Development Studies. 1997. P. 11–41.

458. Narvaez, Darcia. "Development and socialization within an evolutionary context: Growing up to become “A good and useful human being.”." War, peace and human nature: The convergence of evolutionary and cultural views 2013: 643-672.

459. Newman C., C. Kinghan. Social Capital, Political Connections, and Household Enterprises : Evidence from Vietnam // Econometric analysis. New York : Prentice-Hall International Inc. 2015. 142 p.

460. Newton T. Green Business: Technicist Kitsch // Journal of Management Studies. 1997. 34 (1). P. 75–98.

461. Nico Jaspers. What do Europeans think about basic income? Survey Results from April 2016 http://www.basicincome.org/wp-content/uploads/2016/05/EU_Basic-Income-Poll_Results.pdf

462. Nijkamp P. Handbook of Regional and Urban Economics, ed. by. Vol. 1. Elsevier Science B.V. 1996. p.567

463. O’Connor J. ‘Creative Industries: A New Direction?’, International Journal of Cultural Policy, Special Issue: Creative Industries Ten years After, eds. Mark Banks andJustin O’Connor. Vol. 15. 4, 2009. pp. 387-404.

464. O’Connor, J. The cultural and creative industries: a literature review. 2nd ed. Creativity, Culture and Education Series. 2010

465. OECD , Main Science and Technology Indicators Vol. 2016 Issue 1, OECD Publishing. 2016

466. Okuda K. Analysis of Enterprise Network Model by Dynamic Game . Shogaku Tokyu. 2015. vol. 66. issue 1. P. 11–45.

467. Oldham, Greg R. and Cummings, A. Employee Creativity: Personal and Contextual Factors at Work, Academy of Management Journal, Vol. 39, No. 3 (June 1, 1996), pp. 607-634.

468. Ooi, C. S. Tourism and the Creative Economy in Singapore / Department of International Economics and Management Copenhagen Business School, 2006.

469. Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD), Annual reports, 2005, available at: www.oecd.org 5 Feb 2017.

470. Özcan B. Social Capital and Economic Development // Sosyal Sermaye ve Ekonomik Kalkınma. İstanbul : Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Yayımlanmamış Doktora Tezi, 2011.

471. Panmanee C. Game Theory of Green and Non-green Oriented Productions: Dried Longan Enterprises // 18th International Academic Conference : International Institute of Social and Economic Sciences, 25 August 2015. P. 562–569.

472. Panorama des Industries Culturelles et Créatives en France, EY, June 2015.

473. Peck, J. (2011). Interview in Amsterdam 26 July 2009. In: Buchholz, T. (ed.) Creativity and the Capitalist City The struggle for affordable Space in Amsterdam.

474. Peck, J. Recreative City: Amsterdam, Vehicular Ideas and the Adaptive Spaces of Creativity Policy. P. 20.

475. Perroux F., Note sur la notion de pole de croissance //Economie Appliquee. 1955, p. 45-78

476. Petrenko Ye. Principles and factors of regulation of the socio-humanitarian development of a depressed region // The Problems of Economy. 2013. issue 2. P. 127–131.

477. Porter M. Strategy and Society : The link between competitive advantage and corporate social responsibility // Harvard Business Review. 2006. N. 84 (12). P. 78–92.

478. Porter M., The Competitive Advantage of Nations, The Free Press: New York. 2004. p.560

479. Pradeep M. Convergence in Institutions and Market Outcomes: Cross-Country and Time-Series Evidence from the BEEPS Surveys in Transition Economies // IZA Discussion Paper. November 2008. N. 3863.

480. Pratt A. S. The Cultural Industries Sector. 1997. P. 234

481. Prince R. Globalizing Creative Industries Concept. 2010. Pp. 124 125.

482. Pulina T. Genesis of cluster associations of enterprises // The Problems of Economy. 2013. issue 3. P. 134–142.

483. Pypacz P. Clusters as an opportunity for development of family enterprises // Polish Journal of Management Studies. 2013. vol. 7. issue 1. P. 212–220.

484. Quah D., Demand-driven knowledge clusters in a weightless economy. Working paper, Economics Dept., 2001,LSE. P. 45

485. Rapoport A. Prisoner's Dilemma : A Study in Conflict an Cooperation. Univercity of Michigan Press, 1965.

486. Reid G. The Survival of Small Business Enterprise // Centre for Research into Industry, Enterprise, Finance and the Firm, 1993.

487. Restrepo J. Operational risk analysis of industrial small and medium enterprises // Global Journal of Business Research. 2014. vol. 8. issue 2. P. 65–80.

488. Ritzer G. The McDonaldization of Society. Newbury Park, Ca: Pine Forge, 2000. 278 p.

489. Robert Chernomas. "Keynes on Post-Scarcity Society." In: Journal of Economic Issues, 18(4). 1984. p. 234

490. Romer P., Endogenous Technological Change//Journal of Political Economy.1990, p. 44-67

491. Ruf B. An Empirical Investigation of the Relationship between Change in Corporate Social Performace and Financial Performance: A Stakeholder Theory Perspective // Journal of Business Ethics. 2001. N. 32(2). P. 143–56.

492. Ryan, Richard M., and Edward L. Deci. "Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being." American psychologist 55.1: 68.

493. Sabau-Popa D. European Union´s incomes structure and expenses orientation retrospective and prospective study // Theoretical and Applied Economics. 2009. vol. 12(541). issue 12(541). P. 120–129.

494. Schneider F. Shadow Economies All Over the World : New Estimates for 162 Countries from 1999 to 2007 // World Bank Policy Research Working Paper Series. June 1, 2010.

495. Schwab K. The Global Competitiveness Report 2015–2016 // World Economic Forum, 2015. 403 p.

496. Shkurti R. Using multiple discriminant analysis in the bankruptcy prediction in albania a study with the state-owned enterprises // Journal of Academic Research in Economics. 2010. vol. 2. issue 1. P. 37–65.

497. Shultz T. Investment in Human Capital. N.Y.L., 1971. p. 345

498. Simpson W. The Link between Social and Financial Performance : Evidence from Banking Industry // Journal of Business Ethics. 2002. N. 25(2), P. 97–109.

499. Skavronska I. The evolution of creative industries, Skhid, 2016, № 1 (141), pp. 32 34.

500. Social Centers, Community Spaces, and Squats. http://www.unusualbusiness.nl/en/theory/squatting-alternative-spaces-and-anti-capitalist-commons/).

501. Sparrow, Rob (2007), "Negotiating the nanodivides", in Hodge, Graeme A.; Bowman, Diana; Ludlow, Karinne, New Global Frontiers in Regulation: The Age of Nanotechnology, Cheltenham, England: Edward Elgar Publishing. 2007. 456 p.

502. Staying Ahead https://management-africa.co.ke/culture-agility-staying-ahead/.

503. Sternberg, R. J. The nature of creativity, Creativity Research Journal, 18 (1). 2006. pp. 87–98.

504. Storper M., The Regional World: Territorial Development in a Global Economy, Guilford Press: New York.1997, p. 458

505. Swann G.M.P., Prevezer M. et Stout D. The Dynamics of Industrial Clustering: International Comparisons in Computing and Biotechnology, Oxford: Oxford University Press.1998. p.453

506. Switzerland's voters reject basic income plan BBC News., available at: http://www.bbc.com/news/world-europe-36454060 5 June 2016.

507. Taylor, C. W. and Sternberg, R.J. (Ed.) (1988). Various Approaches to and Definitions of Creativity, The Nature of Creativity. Cambridge: Cambridge Univ. Press. Pp. 99-124.

508. Teroruzm/Global terrorist activity in 2015 // World Economic Forum [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://www.visionofhumanity.org/#/page/indexes/terrorism-index

509. The Celluloid Ceiling: Behind-the-Scenes Employment of Women on the Top 250 Films of 2014.

510. The History of Humanitarian Action in East and Southeast Asia: Asian Perspectives // Humanitarian Policy Group, from eSocialSciences, 2016 Електронний ресурс. Режим доступу : http://econpapers.repec.org/paper/esswpaper/id_3a11234.htm.

511. Throsby, D. Economics and Culture. Cambridge, 2001, 23 p.

512. Tryk, H. E. Assessment in the study of creativity. In McReynolds P. (Ed.), Advances in psychological assessment. Vol. 1. Palo Alto, CA: Science & Behavior Books, 1968. Pp. 34–54.

513. Tüysüz N. The Importance of Social Capital as the Aspect of Economic Development and Creating Social Capital Index // Uzmanlık Tezi, Kalkınma Bakanlığı Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü, Ankara, 2011.

514. United Nations UNCTAD, (2010). Creative Economy: A Feasible Development Option.

515. Vinnychuck I. Shadow Economy in the Ukraine : Modeling and Analysis // Business Systems and Economics. 2013. Vol. 3. N. 2. P. 1420–1434.

516. Vinnychuk, I., Vinnychuk, O., Skrashchuk, L. (2014) Research of Economic Growth in the Context of Knowledge Economy. Intelektinė ekonomika, Lithuania, 8(1).

517. Vintila G. Toroap. Forecasting the Bankruptcy Risk on the Example of Romanian Enterprises // Romanian Statistical Review Supplement. 2012. vol. 60. issue 2. P. 377–388.

518. Vitezic N. Correlation between social responsibility and efficient performance in Croatian enterprises // Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci. 2011. vol. 29. issue 2. P. 423–442.

519. Wagstaff, K. Constrained K-means Clustreing with Background Knowledge. Proceedings of the Eighteen International Conference on Mahine Learning [Text] /Wagstaff K., Cardie C., 2001. P. 577–584

520. Welcome to the post-work economy Fastcoexist., available at: http://www.fastcoexist.com/3056483/welcome-to-the-post-work-economy.

521. Wipo.int. (n.d.). WIPO World Intellectual Property Organization. [online] Available at: http://www.wipo.int/portal/en/index.html.

522. Woodman, Richard W., Sawyer, John E., Griffin, Ricky W. Toward. A Theory of Organizational Creativity, Academy of Management Review, Vol. 18, No. 2 (Apr., 1993), pp. 293-321.

523. www.tradefacilitation.org.

524. www.weforum.org.

525. Yuill D., Wishlade F. Regional Policy Developments in the Member States: A Comparative Overview of Change, Regional and Industrial Policy Research Paper, No 45, 2010. European Policies Research Centre, University of Strathclyde, Glasgow P. 78

526. Zabarna E. Logistics of modern regional development based on separation of competencies. // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. 2017. No.1(1). С. 31-38. Режим доступу до журн.: http://economics.opu.ua/ejopu/2017/No1/31.pdf

527. Zabarna E. Regional constituent of integration process of Ukraine in the European space // Маркетинг і менеджмент інновацій. 2017. №4. С. 241-249. http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/journals/2017/4/241-249

528. Zabarnaya Eleonora N. Regional development based on separation of competencies // Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції «Управління інноваційним розвитком на макро-, мезота макрорівнях», 7

червня 2017 р., м.Одеса, ОНПУ. Т.1. С80-83. http://economics.opu.ua/files/science/innov_roz/2017/80.pdf

ДОДАТОК А

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

1. Турський І. Глобальний та регіональний виміри новітньої парадигми соціально-гуманітарного розвитку підприємництва: теорія та практика: Монографія/ Ігор Володимирович Турський. Тернопіль: “Тернограф”. 2016. 300 с.

2. Турський І. Особливості формування корпоративної власності в умовах економічних реформ: Монографія , Н. В. Турська, О. А. Сороківська. Тернопіль: ТНТУ ім. Івана Пулюя, 2012. 215 с.

3. Турський І. Оптимізація і підвищення ефективності концентрації і спеціалізації в роздрібній торгівлі та побутовому обслуговуванні на селі // в кн. Активізація діяльності підприємств торгівельно-побутового сервісу в умовах сільської місцевості: Монографія / Кирич Н. Б., Мулярчук Л. М., Погайдак О. Б., Турський І. В./ Тернопіль: ТзОВ “Тернограф”. 2011. 524 с.

4. Турський І., Спасів Н. Домінанти політики оптимізації видаткової частини місцевих бюджетів України на соціальні цілі Я.// Інноваційна економіка № 12 (38). 2012. С. 223-226

5. Турський І. Моделювання оцінки готовності регіонів України до розвитку економіки знань // Моделювання регіональної економіки. № 1(27). 2016 р. С. 30-40

6. Турський І., Спасів Н. Доходи державного бюджету України-2012: асиметрії формування та резерви нарощування //Наукові записки. Серія “Економіка”: збірник наукових праць. Вип. 21 2013 С. 195–202

7. Турський І. Регіональні моделі креативних індустрій: порівняльний// Моделювання регіональної економіки. № 2 (28). 2016 р. С. 244–262

8. Турський І. Багатовимірне економетричне оцінювання впливу соціально-гуманітарного розвитку підприємств на розвиток країн // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: економічні науки. Вип. 22–2. 2017. С. 148-156

9. Турський І. Новітня трансформація продуктивних сил: концептуалізація взаємозв'язку креативності і конкурентоспроможності підприємств // Моделювання регіональної економіки. №1(29). 2017. С. 124–141

10. Турський І. Український вектор розвитку соціального підприємництва пріоритет регіонального економічного розвитку // Економіка і держава. №8 2017. С. 22–26

11. Турський І. Моделювання залежності валового регіонального продукту від розвитку підприємництва регіонів України // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: економічні науки. Вип. 25–7. 2017. С. 148–156

12. Турський І. Регіональний розвиток через економіку знань нова якість розвитку [Електронний ресурс] // Приазовський економічний вісник. 2017. Випуск № 3(03). С. 59–64 Режим доступу до ресурсу: http://pev.kpu.zp.ua/vypusk-3-03

13. Турський І. Глобальні та регіональні тренди креативних індустрій та перспективи їх розвитку в Україні // Моделювання регіональної економіки. №2(30). 2017. С. 108-127

14. Турський І. Факторне оцінювання впливу розвитку підприємництва на економічний розвиток регіонів [Електронний ресурс] // Економіка та суспільство №11. 2017. Режим доступу до статті: http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal-11

15. Турський І. Знання як детермінанта трансформації моделей економічного розвитку регіонів і країн // Інвестиції: практика і досвід № 14. 2017. С. 43-49

16. Турський І. Особливості впливу економіки знань на соціо-гуманітарний розвиток підприємництва регіонів. // Ефективна економіка №7.2017 р. [Електронний ресурс]. Режим доступу до статті: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5687

17. Турський І. Аналітичне дослідження структури підприємництва регіонів України // Агросвіт № 14. 2017. С. 33-38

18. Турський І. Основні тенденції формування економіки знань та необхідність трансформації продуктивних сил // Глобальні і національні проблеми економіки. № 13. 2017. [Електронний ресурс] Режим доступу до статті: http//global-national.in.ua/issue-18-2017

19. Турський І. Економетричний підхід до кластеризації регіонів України за рівнем соціально-економічного розвитку // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство» Випуск № 14. 2017. С. 44-55

20. Турський І., Гайда Т. Економіка знань: соціально-гуманітарні фактори розвитку та регіональні аспекти // Бізнес-Інформ. № 82017 р. С. 14–21.

21. Турський І., Ляшенко О. Теоретико-прикладні аспекти моделювання процесів розвитку підприємництва регіонів // Економіка: реалії часу. №3(31). 2017. С. 60-69.

22. Турський І. Міжнародний досвід регіонального розвитку креативних індустрій // Бізнес-Інформ. № 12. 2017 р. С. 72–79.

23. Турський І. Концептуальні основи формування новітньої парадигми соціально-економічного розвитку регіонів //Проблеми економіки № 4. 2017 р. С. 230-235

24. Турський І., Ляшенко О. Підхід до економетричного аналізу розвитку підприємництва в контексті соціально-гуманітарного розвитку країн і регіонів // East European Science Journal. 11(27). 2017. С. 46-56

25. Турський І., Сус М. Особливості сучасних інноваційних стратегій транснаціональних корпорацій //Молодий вчений. Вип. 12.1 (40), Ч. IV. 2016 С. 986-990

26. Турський И., Ляшенко О. Концептуальные основы оценки регионального развития в условиях формирования новой парадигмы социально-экономического развития регионов // International Journal of Innovative Technologies in Economy. 3(9). 2017. С. 23-31

Відомості про апробацію результатів дисертації

1. Турський І. Практика формування методології економетричного аналізу сталого розвитку підприємств // Proceedings of the international scientific conference “Innovative Economy: Processes, Strategies, Technologies”, Part II. (January 27, 2017, Kielce, Poland) Baltija Publishing. 2017. С. 162–164

2. Турський І. Соціально-гуманітарні виміри підприємницької діяльності// Proceedings of the III international scientific and practical conference “Scientific and Practical Results in 2016. Prospects for their development ”, (December 27-28, 2016, Abu-Dhabi, UAE) №1(17), Vol. 2, January 2017. С. 42–45

3. Турський І. Вплив креативного класу на економічну діяльність та регіональний розвиток// International scientific conference “The global competitive environment: development of social and economic systems, (April 21, 2017, Chisinau, Republic of Moldova): Baltija Publishing. С. 96-99

4. Турський І. Креативність детермінанта трансформації продуктивних сил// Матеріали міжнародної науково-практичної конференції “Проблеми та перспективи розвитку економіки в контексті євроінтеграційних процесів”, (м. Запоріжжя, 2017 р.) С. 72-76

5. Турський І. До питання вимірювання впливу розвитку підприємництва на соціально-економічний розвиток країни// Матеріали міжнародної науково-практичної конференції “Актуальні проблеми функціонування господарської системи України”, (2017 р., м. Львів). Херсон: Видавничий дім “Гельветика”, 2017 С.10-13

6. Турський І., Ляшенко О. Становлення глобальної економіки знань основа нової парадигми регіонального розвитку //Глобальний економічний простір: детермінанти розвитку. Матеріали ІІІ Міжнародної науково-практичної конференції (м. Миколаїв, 27 квітня 2017 р.). Миколаїв : МНУ імені В.О. Сухомлинського, 2017. С. 24–28

7. Турський І. Соціально-гуманітарний розвиток підприємств у контексті глобального прогресу // Збірник тез всеукраїнської науково-практичної конференції “Фінанси, менеджмент та аудит: стан та перспективи

розвитку”, (м. Одеса): “Центр економічних досліджень та розвитку”. О.: ЦЕДР, 2017. С. 58-62

8. Засідання кафедри менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва Тернопільського національного технічного університету ім. Івана Пулюя (протокол № 7 від 26 грудня 2017 р.)

ДОДАТОК Б

Таблиця Б.1.

КРАЇНИ, ЯКІ СТВОРЮЮТЬ НАЙКРАЩІ УМОВИ ДЛЯ СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМЦІВ (РЕЙТИНГ FOUNDATION THOMSON REUTERS)

Назва країни	Абревіатура	Сприятливі умови для соціального підприємництва	Підтримка політики соціального підприємцтва	Легкість отримання грантів	Доступ до інвестицій	Нефінансова підтримка	Легкість продажу бізнесу
1	2	3	4	5	6	7	8
Argentina	ARG	47,9	56,3	41,7	20,8	56,3	54,2
Australia	AUS	60,4	31,3	43,8	37,5	62,5	50,0
Austria	AUT	45,8	37,5	29,2	18,2	60,4	50,0
Belgium	BEL	59,1	45,5	39,6	52,3	64,6	58,3
Brazil	BRA	31,8	20,5	20,5	34,1	59,1	43,2
Canada	CAN	72,9	70,8	52,1	58,3	70,8	58,3
Chile	CHL	75,0	72,9	56,3	39,6	62,5	45,8
China	CHN	64,6	45,8	31,3	25,0	66,7	43,8
Colombia	COL	52,2	43,2	47,5	40,9	55,0	66,7
Denmark	DNK	60,4	54,2	34,1	36,4	56,8	47,7
Egypt	EGY	41,7	29,5	47,9	31,8	58,3	61,4
Finland	FIN	70,5	37,5	27,1	39,6	59,1	50,0
France	FRA	77,1	72,9	45,8	37,5	62,5	54,5
Germany	DEU	65,9	34,1	50,0	38,6	75,0	54,5
Greece	GRC	43,8	35,4	35,4	20,8	50,0	50,0
Hong Kong SAR	HKG	66,7	66,7	77,3	36,4	72,7	50,0
India	IND	72,9	56,3	52,1	50,0	66,7	52,1

1	2	3	4	5	6	7	8
Indonesia	IDN	70,8	54,2	47,9	29,2	60,4	56,3
Ireland	IRL	35,4	22,9	25,0	25,0	35,4	22,9
Israel	ISR	72,9	58,3	43,8	35,4	75,0	43,8
Italy	ITA	62,5	58,3	50,0	45,8	54,2	56,3
Japan	JPN	52,1	43,8	41,7	27,1	47,9	37,5
Malaysia	MYS	68,8	62,5	66,7	43,8	70,8	58,3
Mexico	MEX	56,3	33,3	31,3	39,6	68,8	45,8
Netherlands	NLD	52,1	31,3	47,9	47,9	56,3	54,5
Norway	NOR	54,2	50,0	37,5	29,2	43,8	47,9
Pakistan	PAK	62,5	39,6	39,6	27,1	58,3	47,7
Philippines	PHL	62,5	50,0	47,9	50,0	56,3	47,9
Poland	POL	56,3	68,8	60,4	35,4	70,8	43,8
Russia Federation	RUS	39,6	54,2	33,3	33,3	62,5	45,8
Saudi Arabia	SAU	60,4	56,3	58,3	43,2	56,3	45,8
Singapore	SGP	79,2	75,0	58,3	55,0	81,3	47,9
South Africa	ZAF	56,3	29,2	27,1	22,9	54,2	47,9
Spain	ESP	41,7	27,1	33,3	33,3	72,9	45,8
Sweden	SWE	61,4	40,9	29,5	27,5	77,3	43,2
Switzerland	CHE	66,7	47,9	52,1	41,7	64,6	50,0
Thailand	THA	60,4	60,4	35,4	22,9	56,3	56,3
Turkey	TUR	27,1	8,3	20,8	12,5	58,3	27,3
United Arab Emirates	UAE	54,2	50,0	31,3	36,4	64,6	52,8
United Kingdom	GBR	77,1	68,8	47,9	47,9	77,1	52,3
United States	USA	88,6	70,5	43,2	54,5	70,5	67,5
Venezuela	VEN	29,2	16,7	18,8	25,0	54,2	47,9

Таблиця Б.2.

Показники соціально-гуманітарного розвитку підприємництва

Назва країни	Абревіатура	Можливість залучення кваліфікованих праці	Підтримка громадськості	Рейтинг за соціальним підприємництвом	Розвиток соціального підприємництва	Лідерство жінок у соціальному підприємництві
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**
Argentina	ARG	52,1	50,0	50,2	81,3	75,0
Australia	AUS	50,0	20,8	51,0	89,6	70,8
Austria	AUT	56,8	29,2	44,5	87,5	73,9
Belgium	BEL	58,3	33,3	54,8	70,8	64,8
Brazil	BRA	56,8	36,4	41,5	77,3	43,8
Canada	CAN	72,9	47,9	65,3	95,8	77,6
Chile	CHL	62,5	54,2	59,2	85,4	56,3
China	CHN	31,3	27,1	47,0	81,3	76,1
Colombia	COL	56,8	45,8	55,4	81,8	60,3
Denmark	DNK	61,4	41,7	52,2	77,1	67,6
Egypt	EGY	39,6	37,5	49,1	85,4	60,5
Finland	FIN	70,5	33,3	51,8	72,9	70,6
France	FRA	77,1	37,5	58,0	82,5	56,3
Germany	DEU	75,0	38,6	55,9	77,3	65,3
Greece	GRC	52,1	29,2	42,4	75,0	65,9
Hong Kong SAR	HKG	47,9	45,8	58,5	79,5	75,0
India	IND	41,7	29,2	55,4	89,6	59,8
Indonesia	IDN	45,8	32,3	54,0	85,4	75,0
Ireland	IRL	52,1	20,8	35,1	72,9	63,6

1	2	3	4	5	6	7
Israel	ISR	68,8	64,6	59,4	83,3	69,0
Italy	ITA	66,7	43,8	55,9	70,8	58,3
Japan	JPN	31,8	25,0	41,5	62,5	71,4
Malaysia	MYS	43,2	37,5	58,3	85,4	76,2
Mexico	MEX	62,5	20,8	49,8	85,4	67,0
Netherlands	NLD	56,3	41,7	51,1	70,8	60,0
Norway	NOR	61,4	33,3	46,7	87,5	77,8
Pakistan	PAK	47,9	33,3	47,7	81,3	54,5
Philippines	PHL	52,1	41,7	52,3	64,6	81,5
Poland	POL	39,6	29,2	53,0	72,7	65,9
Russia Federation	RUS	41,7	33,3	48,1	62,5	78,1
Saudi Arabia	SAU	47,9	35,4	52,1	81,8	53,6
Singapore	SGP	37,5	43,8	59,9	89,6	67,0
South Africa	ZAF	37,5	29,2	45,7	81,3	56,3
Spain	ESP	54,2	39,6	46,9	77,1	63,2
Sweden	SWE	72,7	38,6	51,9	81,8	73,3
Switzerland	CHE	65,9	35,4	56,4	79,2	64,3
Thailand	THA	47,9	33,3	49,5	79,2	75,0
Turkey	TUR	39,6	18,2	31,3	77,1	68,4
United Arab Emirates	UAE	61,4	45,8	52,6	72,9	60,9
United Kingdom	GBR	58,3	50,0	60,6	77,1	70,0
United States	USA	81,8	43,2	65,9	90,9	50,0
Venezuela	VEN	45,8	54,2	39,6	68,8	70,7

ДОДАТОК В

РЕЙТИНГ КРАЇН ЗА ІНДЕКСОМ СПРИЙНЯТТЯ КОРУПЦІЇ

(ДАНІ ГЛОБАЛЬНОЇ КОАЛІЦІЇ ПО БОРОТЬБІ З КОРУПЦІЄЮ TRANSPARENCY INTERNATIONAL)

RANK	COUNTRY/TERRITORY	SCORE
1	Denmark	91
2	Finland	90
3	Sweden	89
4	New Zealand	88
5	Netherlands	87
5	Norway	87
7	Switzerland	86
8	Singapore	85
9	Canada	83
10	Germany	81
10	Luxembourg	81
10	United Kingdom	81
13	Australia	79
13	Iceland	79
15	Belgium	77
16	Austria	76
16	United States	76
18	Hong Kong	75
18	Ireland	75
18	Japan	75
21	Uruguay	74
22	Qatar	71
23	Chile	70
23	Estonia	70
23	France	70
23	United Arab Emirates	70
27	Bhutan	65
28	Botswana	63
28	Portugal	63
30	Poland	62
30	Taiwan	62
32	Cyprus	61
32	Israel	61
32	Lithuania	61
35	Slovenia	60
36	Spain	58
37	Czech Republic	56
37	Korea (South)	56
37	Malta	56
40	Cape Verde	55
40	Costa Rica	55
40	Latvia	55
40	Seychelles	55

RANK	COUNTRY/TERRITORY	SCORE
44	Rwanda	54
45	Jordan	53
45	Mauritius	53
45	Namibia	53
48	Georgia	52
48	Saudi Arabia	52
50	Bahrain	51
50	Croatia	51
50	Hungary	51
50	Slovakia	51
54	Malaysia	50
55	Kuwait	49
56	Cuba	47
56	Ghana	47
58	Greece	46
58	Romania	46
60	Oman	45
61	Italy	44
61	Lesotho	44
61	Montenegro	44
61	Senegal	44
61	South Africa	44
66	Sao Tome and Principe	42
66	The FYR of Macedonia	42
66	Turkey	42
69	Bulgaria	41
69	Jamaica	41
71	Serbia	40
72	El Salvador	39
72	Mongolia	39
72	Panama	39
72	Trinidad and Tobago	39
76	Bosnia and Herzegovina	38
76	Brazil	38
76	Burkina Faso	38
76	India	38
76	Thailand	38
76	Tunisia	38
76	Zambia	38
83	Benin	37
83	China	37

ДОДАТОК Д

РЕЙТИНГ КРАЇН ЗА ІНДЕКСОМ ГЛОБАЛЬНОГО ТЕРОРИЗМУ

(ДАНІ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ І СВІТУ (INSTITUTE OF ECONOMICS AND PEACE))

Ранг	Назва країни	Значення
1	Iraq	9.96
2	Afghanistan	9.444
3	Nigeria	9.314
4	Pakistan	8.613
5	Syria	8.587
6	Yemen	8.076
7	Somalia	7.548
8	India	7.484
9	Egypt	7.328
10	Libya	7.283
11	Ukraine	7.132
12	Philippines	7.098
13	Cameroon	7.002
14	Turkey	6.738

Ранг	Назва країни	Значення
15	Thailand	6.706
16	Niger	6.682
17	Congo	6.633
18	Sudan	6.6
19	Kenya	6.578
20	Central African Rep.	6.518
21	South Sudan	6.497
22	Bangladesh	6.479
23	China	6.108
24	Lebanon	6.068
25	Mali	6.03
26	Colombia	5.954
27	Chad	5.83
28	Palestine	5.659

Ранг	Назва країни	Значення
30	Russia	5.43
31	Burundi	5.417
32	Saudi Arabia	5.404
33	Israel	5.248
34	United Kingdom	5.08
35	Tunisia	4.963
36	USA	4.877
37	Kuwait	4.449
38	Indonesia	4.429
39	Nepal	4.415
40	Uganda	4.327
41	Germany	4.308
42	Algeria	4.282
43	Greece	4.218

ПРОДОВЖЕННЯ ДОДАТКА Д

Ранг	Назва країни	Значення
44	Bahrain	4.206
45	Myanmar	4.167
46	Sweden	3.984
47	Iran	3.949
48	Paraguay	3.84
49	Tanzania	3.832
50	Mexico	3.723
51	Mozambique	3.536
52	South Africa	3.531
53	Sri Lanka	3.486
54	Ethiopia	3.454
55	Ireland	3.429
56	Tajikistan	3.086
57	Peru	2.984
58	Jordan	2.858
59	Australia	2.742

Ранг	Назва країни	Значення
60	Chile	2.699
61	Malaysia	2.691
62	Bosnia and Herzegovina	2.675
63	Burkina Faso	2.623
64	Senegal	2.598
65	Rwanda	2.589
66	Canada	2.518
67	Japan	2.447
68	Finland	2.377
69	Italy	2.363
70	Kosovo	2.205
71	Czech Republic	2.179
72	Cote d' Ivoire	2.177
73	Denmark	2.152
74	Nicaragua	2.093
75	Norway	2.077

Ранг	Назва країни	Значення
76	Cyprus	2.04
77	Venezuela	1.998
78	Macedonia	1.86
79	Djibouti	1.78
80	Brazil	1.74
81	Madagascar	1.671
82	Bulgaria	1.631
83	Dominica	1.562
84	Kyrgyz Republic	1.445
85	Guinea	1.403
86	Belarus	1.357
87	Georgia	1.257
88	Belgium	1.245
89	Spain	1.203
90	Honduras	1.144
90	Guatemala	1.144

ПРОДОВЖЕННЯ ДОДАТКА Д

Ранг	Назва країни	Значення
92	Estonia	1.103
92	Albania	1.103
94	Kazakhstan	0.934
95	Morocco	0.892
95	Lesotho	0.892
97	Netherlands	0.864
98	Ecuador	0.793
99	Laos	0.695
100	Eritrea	0.534
101	Trinidad and Tobago	0.499
101	Argentina	0.499
103	United Arab Emirates	0.422
104	Zimbabwe	0.413
105	Congo	0.365
106	Ghana	0.346
106	Azerbaijan	0.346

Ранг	Назва країни	Значення
108	Switzerland	0.288
108	Armenia	0.288
110	Liberia	0.25
110	Iceland	0.25
112	Qatar	0.23
112	New Zealand	0.23
112	South Korea	0.23
112	Hungary	0.23
116	Austria	0.182
117	Uzbekistan	0.154
117	Montenegro	0.154
119	Jamaica	0.115
119	Bhutan	0.115
121	Serbia	0.086
122	Taiwan	0.077
122	Cambodia	0.077

Ранг	Назва країни	Значення
122	Guinea-Bissau	0.077
125	Mauritania	0.067
126	Portugal	0.058
126	Croatia	0.058
128	Bolivia	0.038
129	Moldova	0.019
130	Zambia	0
130	Vietnam	0
130	Uruguay	0
130	Timor-Leste	0
130	Turkmenistan	0
130	Togo	0
130	Swaziland	0
130	Slovenia	0
130	Slovakia	0
130	El Salvador	0

ПРОДОВЖЕННЯ ДОДАТКА Д

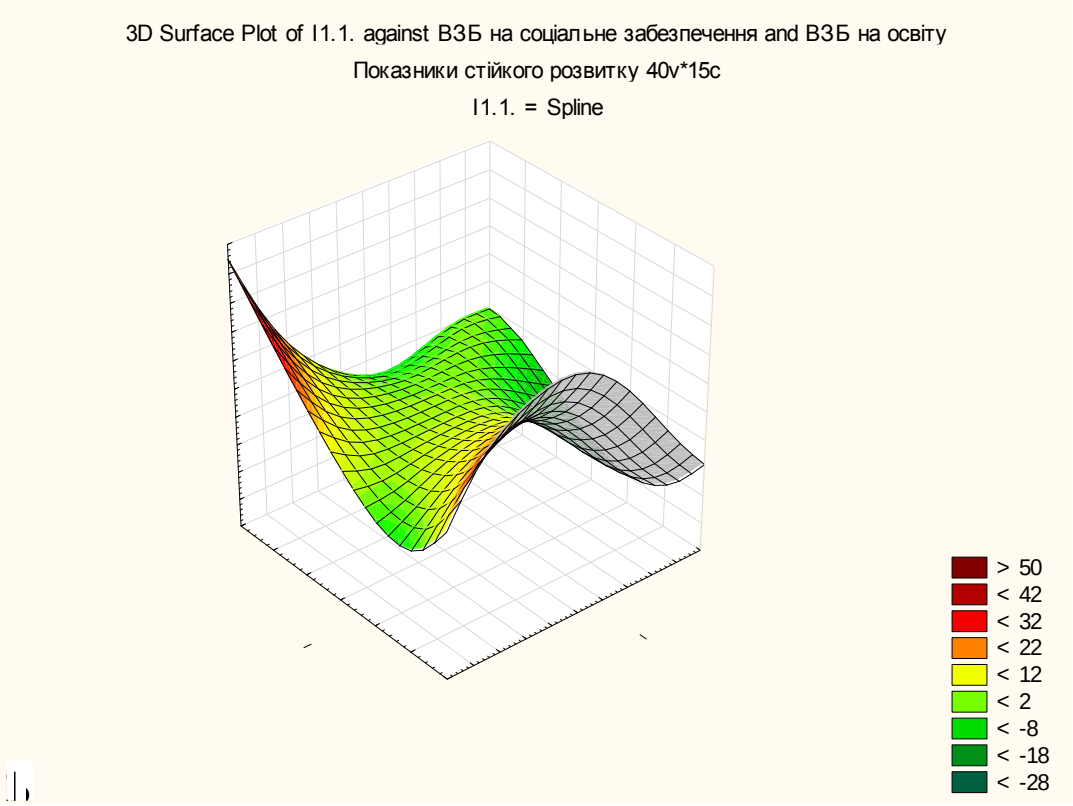
Ранг	Назва країни	Значення
130	Sierra Leone	0
130	Singapore	0
130	Romania	0
130	North Korea	0
130	Poland	0
130	Papua New Guinea	0
130	Panama	0
130	Oman	0

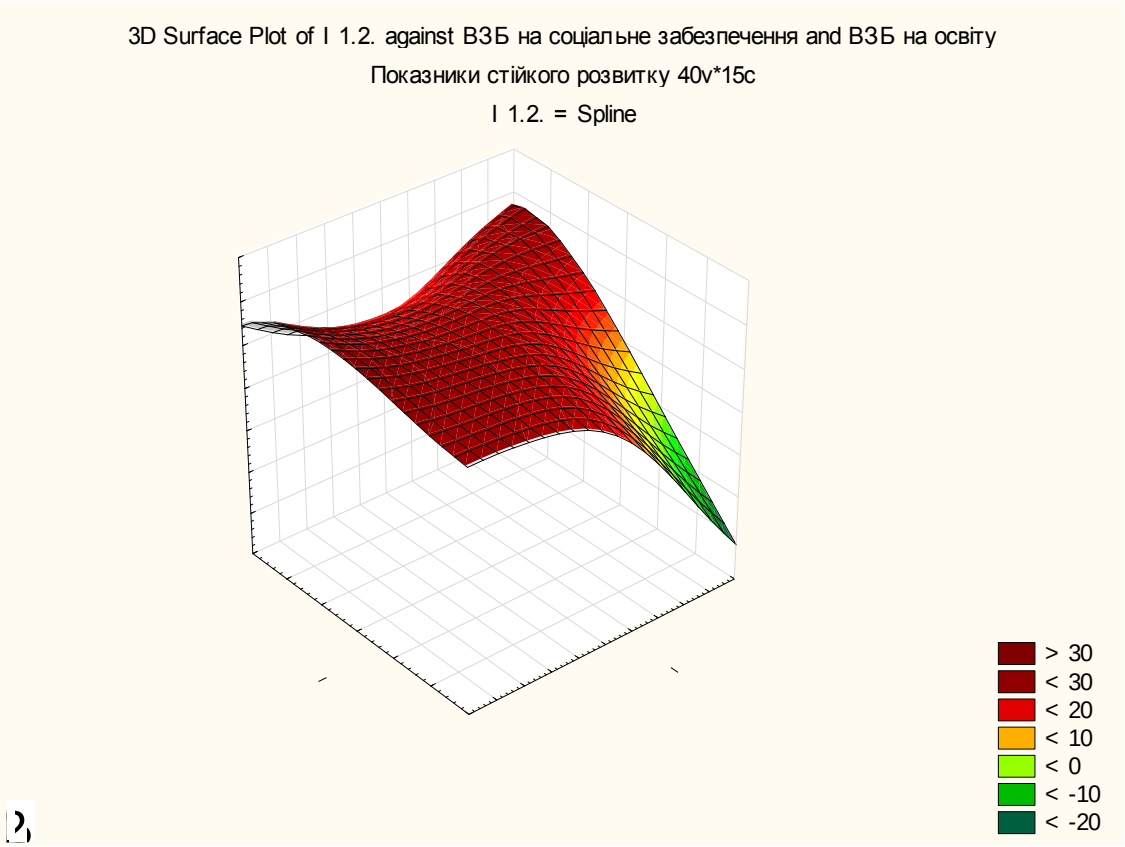
Ранг	Назва країни	Значення
130	Namibia	0
130	Malawi	0
130	Mauritius	0
130	Mongolia	0
130	Latvia	0
130	Lithuania	0
130	Haiti	0
130	Guyana	0

Ранг	Назва країни	Значення
130	Equatorial Guinea	0
130	The Gambia	0
130	Gabon	0
130	Cuba	0
130	Costa Rica	0
130	Botswana	0
130	Benin	0
130	Angola	0

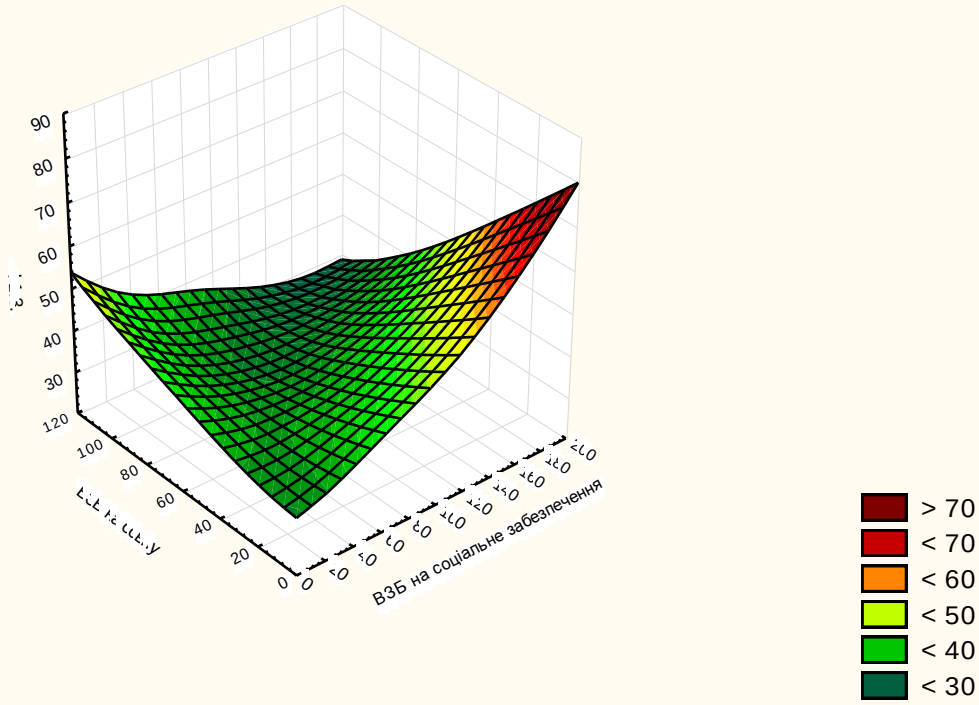
ДОДАТОК Е

СПЛАЙНОВІ ПОВЕРХНІ ЗАЛЕЖНОСТЕЙ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНОГО РОЗВТКУ РЕГІОНІВ

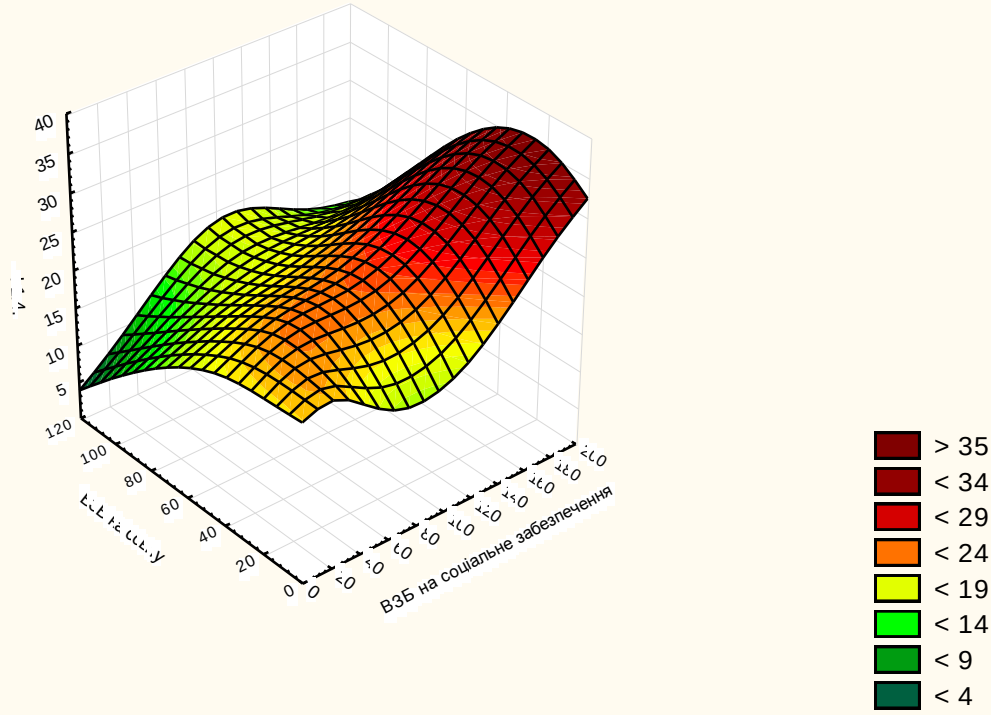


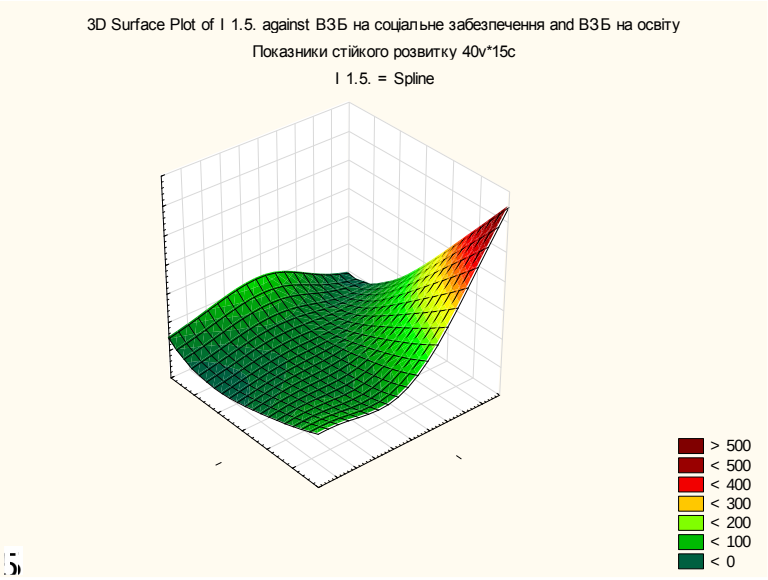


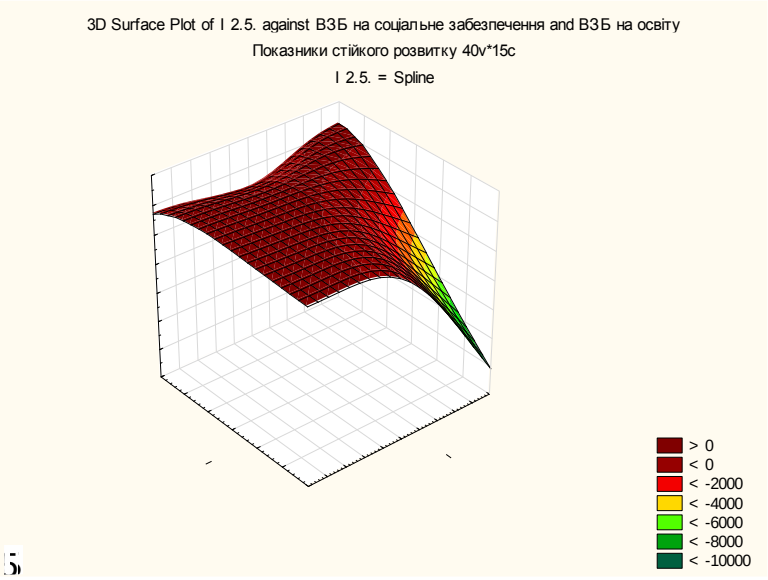
3D Surface Plot of I 1.3. against ВЗБ на соціальне забезпечення and ВЗБ на освіту
Показники стійкого розвитку 40v*15c
I 1.3. = Spline

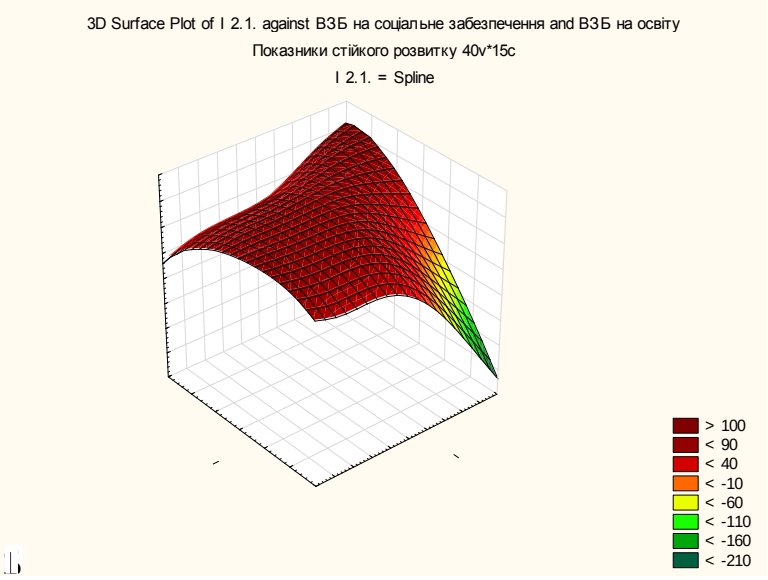


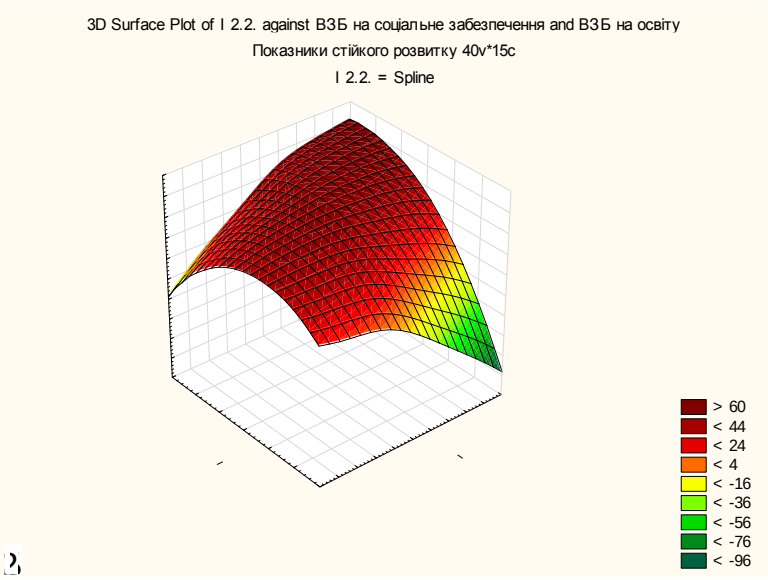
3D Surface Plot of I 1.4. against ВЗБ на соціальне забезпечення and ВЗБ на освіту
Показники стійкого розвитку 40v*15c
I 1.4. = Spline



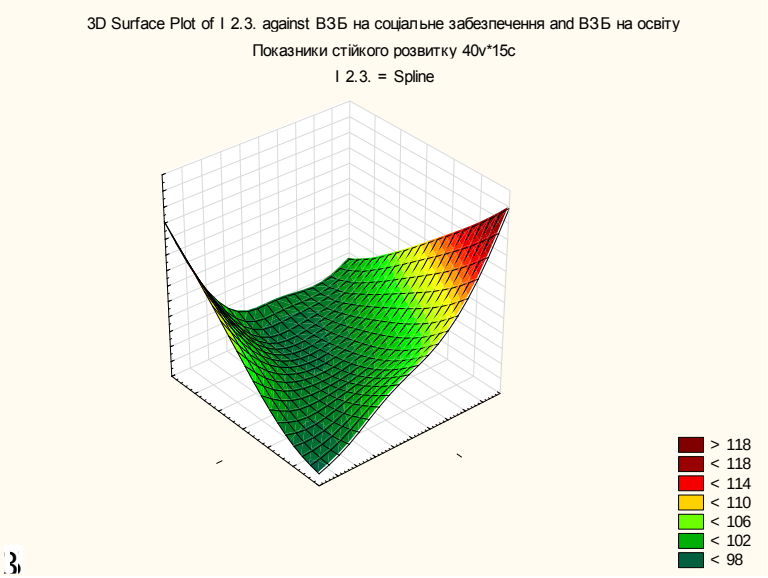

3D Surface Plot of I 1.5. against ВЗБ на соціальне забезпечення and ВЗБ на освіту
Показники стійкого розвитку 40v*15c
I 1.5. = Spline
> 500
< 500
< 400
< 300
< 200
< 100
< 0


3D Surface Plot of I 2.5. against ВЗБ на соціальне забезпечення and ВЗБ на освіту
Показники стійкого розвитку 40v*15c
I 2.5. = Spline
> 0
< 0
< -2000
< -4000
< -6000
< -8000
< -10000

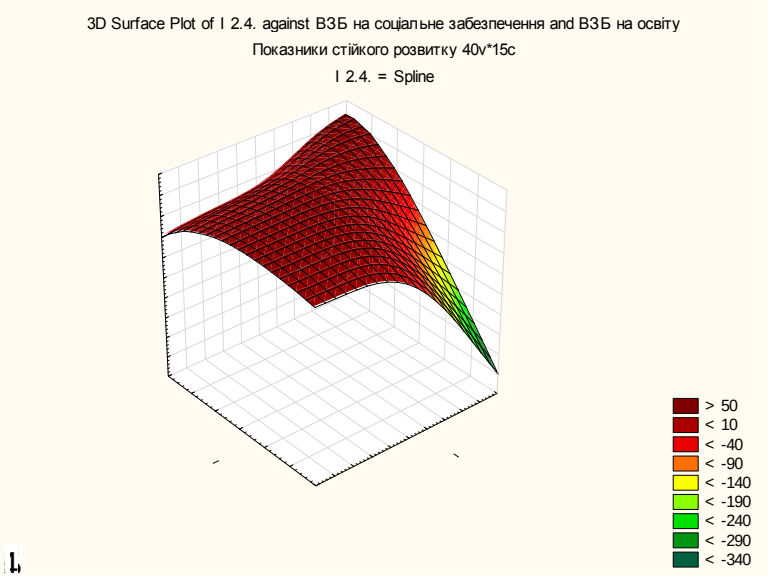

3D Surface Plot of I 2.1. against ВЗБ на соціальне забезпечення and ВЗБ на освіту
Показники стійкого розвитку 40v*15c
I 2.1. = Spline
> 100
< 90
< 40
< -10
< -60
< -110
< -160
< -210


3D Surface Plot of I 2.2. against ВЗБ на соціальне забезпечення and ВЗБ на освіту
Показники стійкого розвитку 40v*15c
I 2.2. = Spline
> 60
< 44
< 24
< 4
< -16
< -36
< -56
< -76
< -96

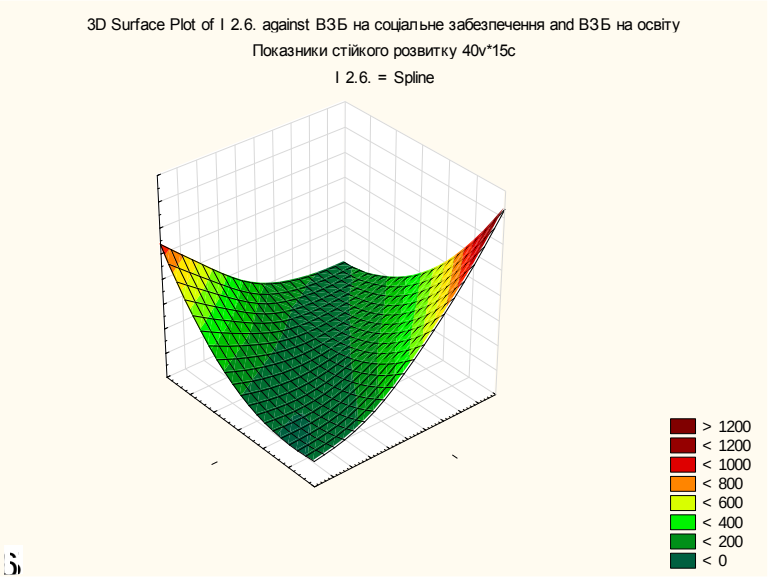
2,

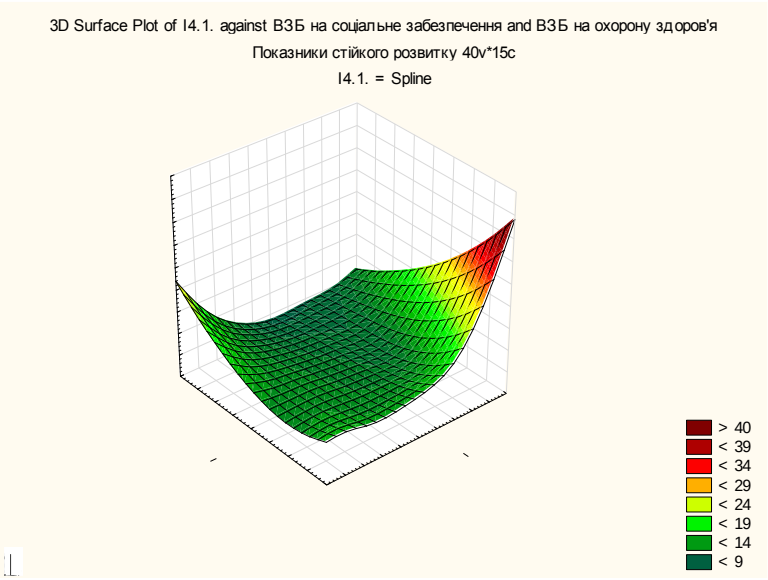

3D Surface Plot of I 2.3. against ВЗБ на соціальне забезпечення and ВЗБ на освіту
Показники стійкого розвитку 40v*15c
I 2.3. = Spline
> 118
< 118
< 114
< 110
< 106
< 102
< 98

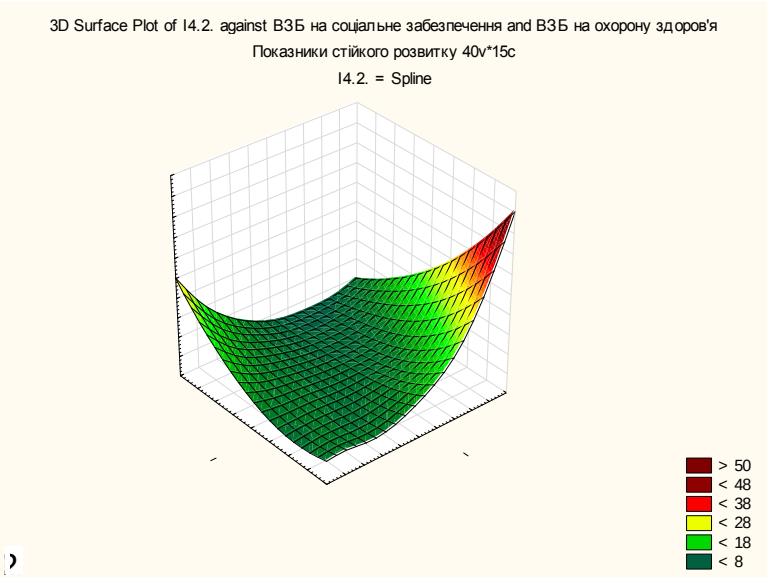
3,

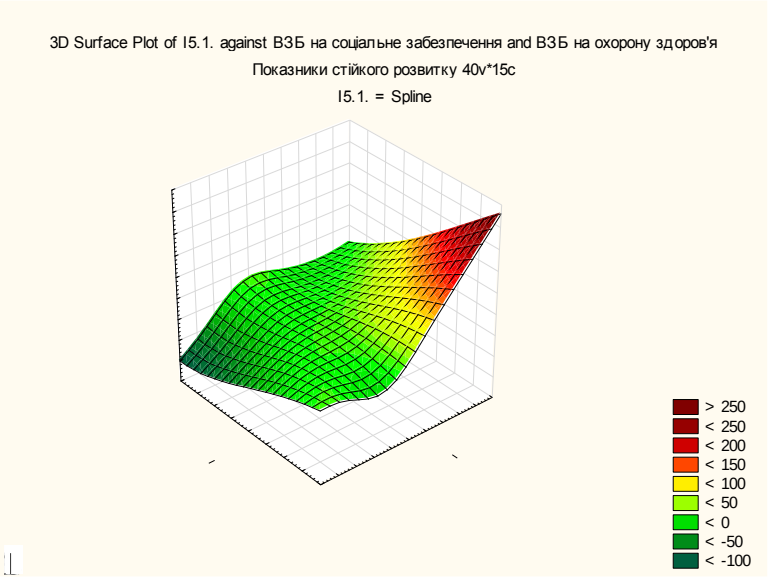

3D Surface Plot of I 2.4. against ВЗБ на соціальне забезпечення and ВЗБ на освіту
Показники стійкого розвитку 40v*15c
I 2.4. = Spline
> 50
< 10
< -40
< -90
< -140
< -190
< -240
< -290
< -340

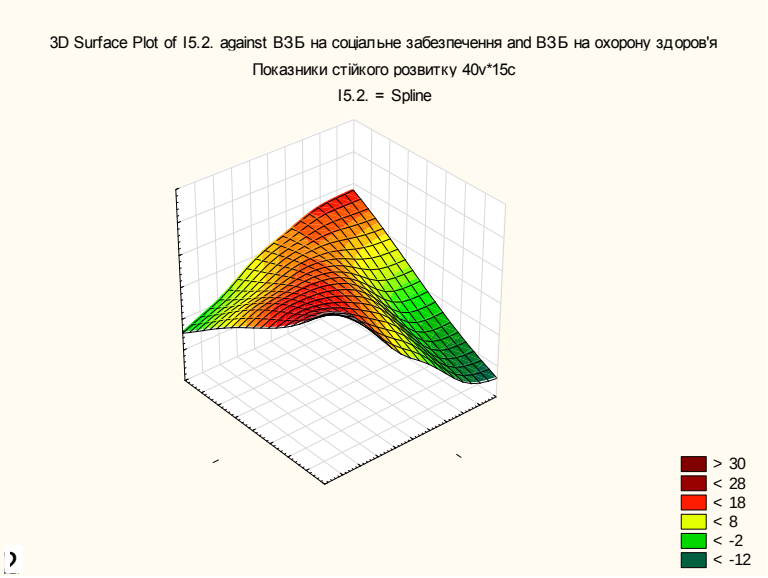
4,

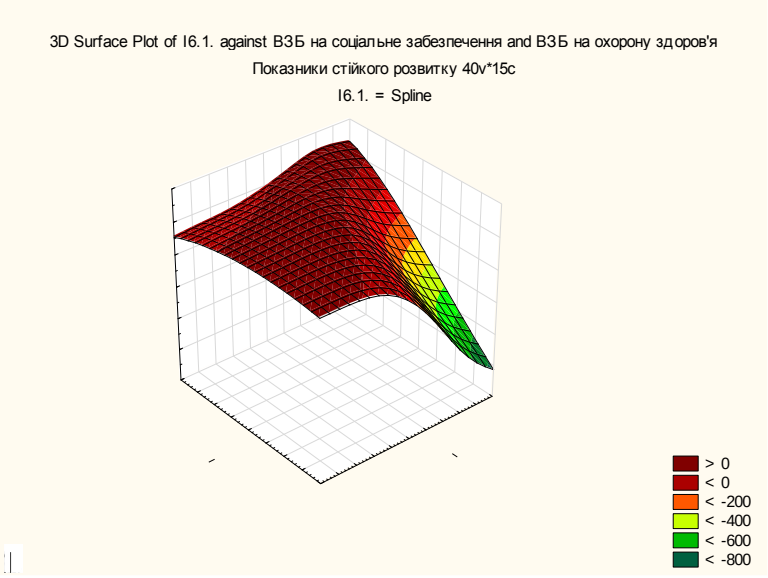

3D Surface Plot of I 2.6. against ВЗБ на соціальне забезпечення and ВЗБ на освіту
Показники стійкого розвитку 40v*15c
I 2.6. = Spline
> 1200
< 1200
< 1000
< 800
< 600
< 400
< 200
< 0

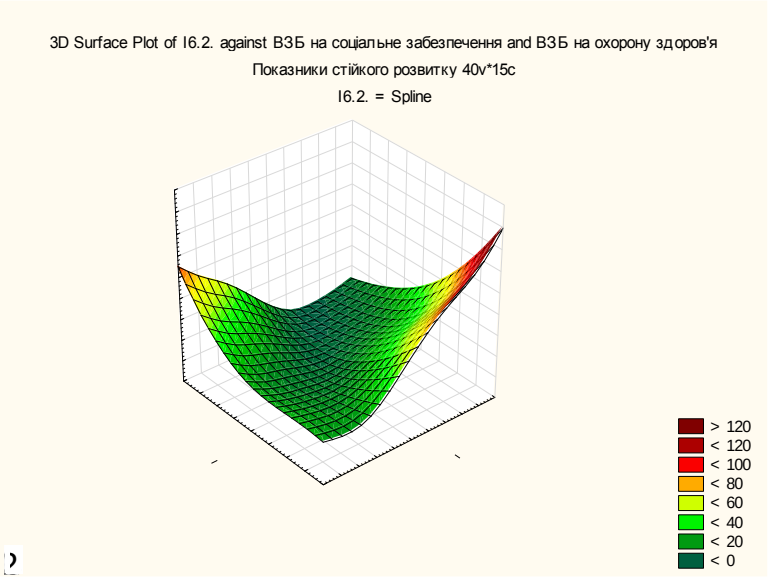

3D Surface Plot of I4.1. against ВЗБ на соціальне забезпечення and ВЗБ на охорону здоров'я
Показники стійкого розвитку 40v*15c
I4.1. = Spline
> 40
< 39
< 34
< 29
< 24
< 19
< 14
< 9

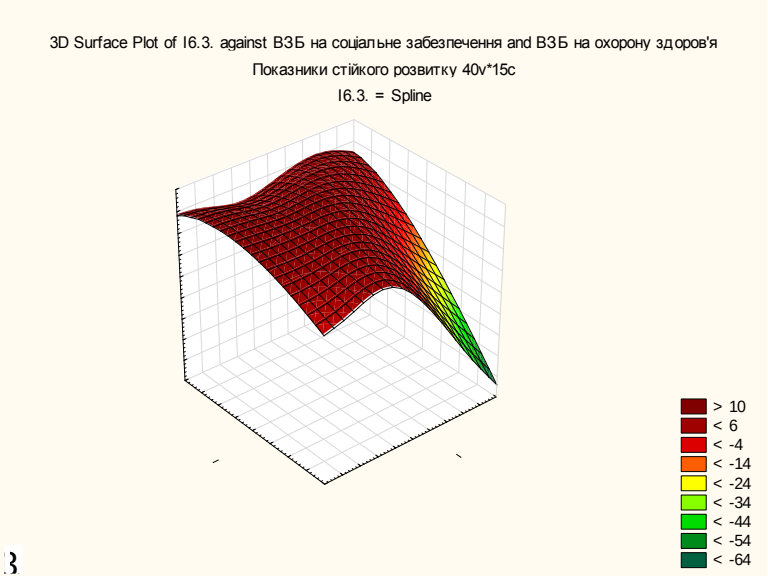

3D Surface Plot of I4.2. against ВЗБ на соціальне забезпечення and ВЗБ на охорону здоров'я
Показники стійкого розвитку 40v*15c
I4.2. = Spline
> 50
< 48
< 38
< 28
< 18
< 8

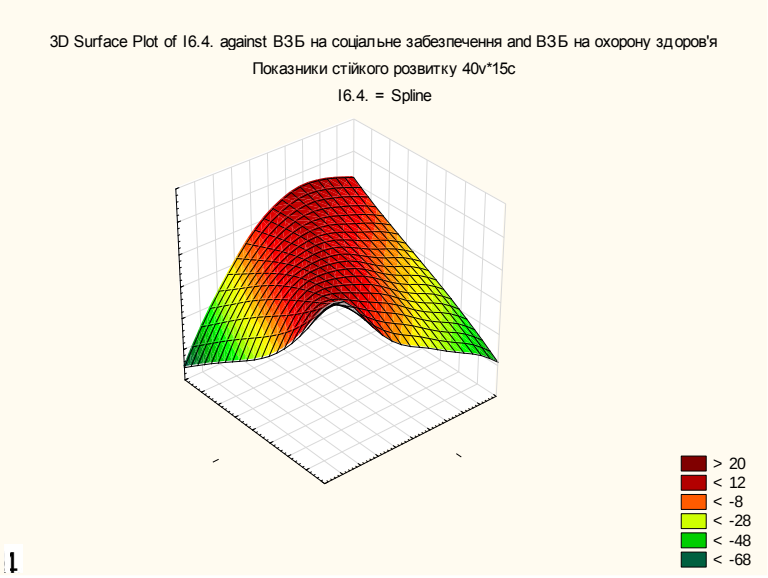

3D Surface Plot of I5.1. against ВЗБ на соціальне забезпечення and ВЗБ на охорону здоров'я
Показники стійкого розвитку 40v*15c
I5.1. = Spline
> 250
< 250
< 200
< 150
< 100
< 50
< 0
< -50
< -100

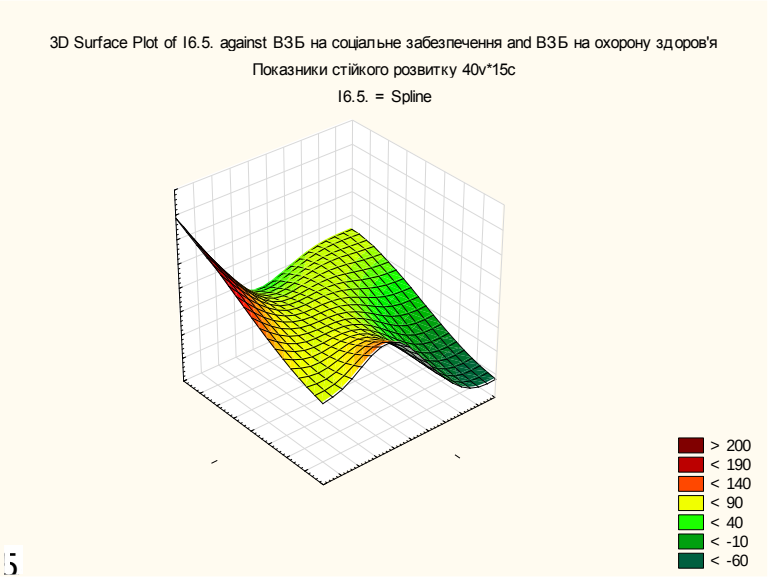

3D Surface Plot of I5.2. against ВЗБ на соціальне забезпечення and ВЗБ на охорону здоров'я
Показники стійкого розвитку 40v*15c
I5.2. = Spline
> 30
< 28
< 18
< 8
< -2
< -12

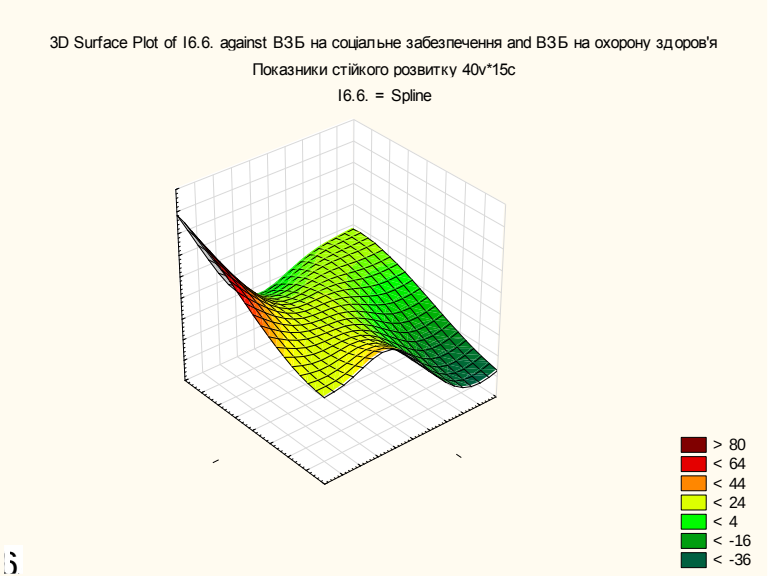

3D Surface Plot of I6.1. against ВЗБ на соціальне забезпечення and ВЗБ на охорону здоров'я
Показники стійкого розвитку 40v*15c
I6.1. = Spline
> 0
< 0
< -200
< -400
< -600
< -800

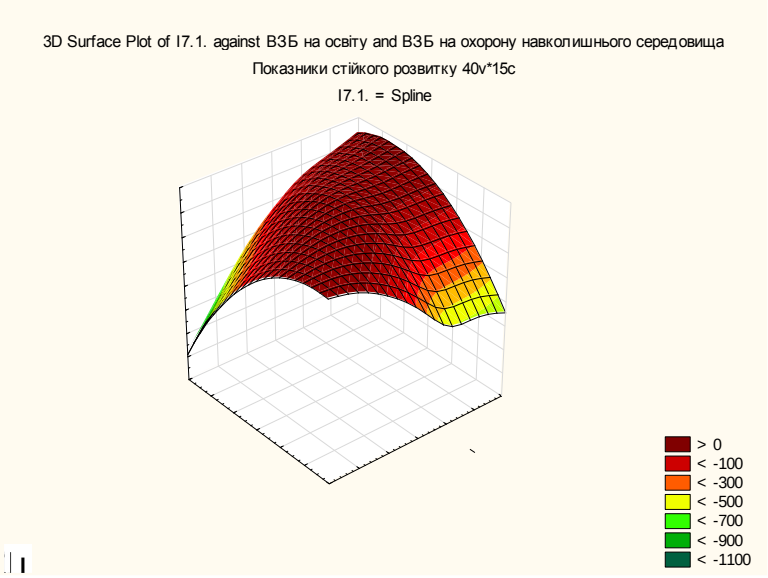

3D Surface Plot of I6.2. against ВЗБ на соціальне забезпечення and ВЗБ на охорону здоров'я
Показники стійкого розвитку 40v*15c
I6.2. = Spline
> 120
< 120
< 100
< 80
< 60
< 40
< 20
< 0

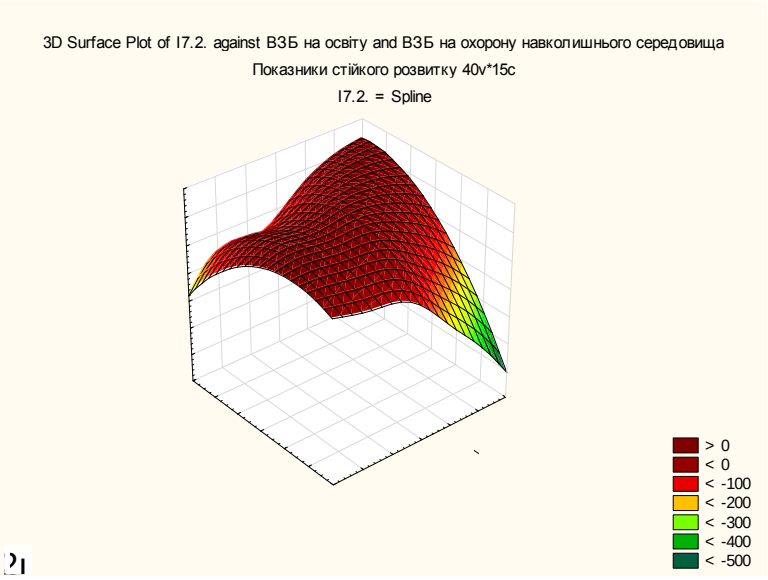

3D Surface Plot of I6.3. against ВЗБ на соціальне забезпечення and ВЗБ на охорону здоров'я
Показники стійкого розвитку 40v*15c
I6.3. = Spline
> 10
< 6
< -4
< -14
< -24
< -34
< -44
< -54
< -64

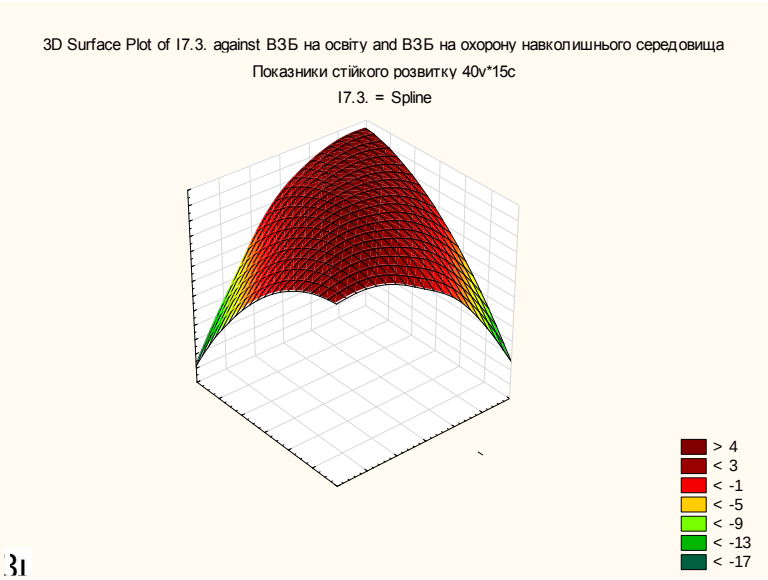

3D Surface Plot of I6.4. against ВЗБ на соціальне забезпечення and ВЗБ на охорону здоров'я
Показники стійкого розвитку 40v*15c
I6.4. = Spline
> 20
< 12
< -8
< -28
< -48
< -68

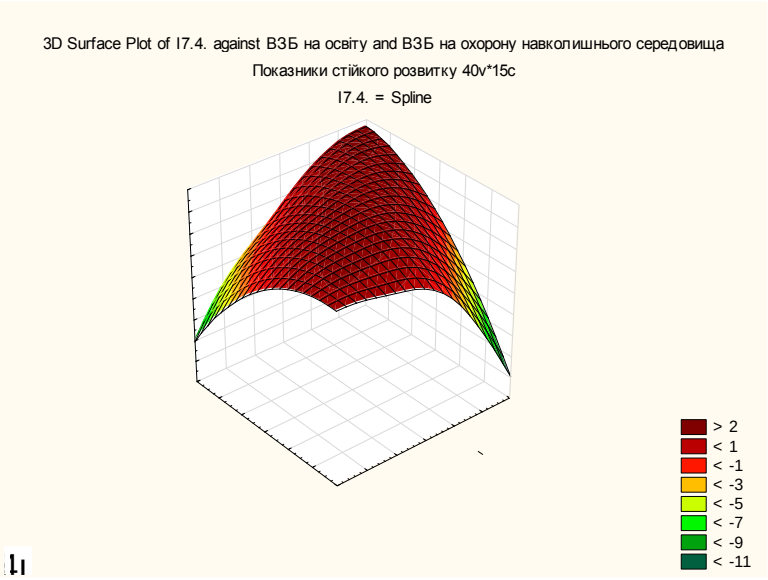

3D Surface Plot of I6.5. against ВЗБ на соціальне забезпечення and ВЗБ на охорону здоров'я
Показники стійкого розвитку 40v*15c
I6.5. = Spline
> 200
< 190
< 140
< 90
< 40
< -10
< -60

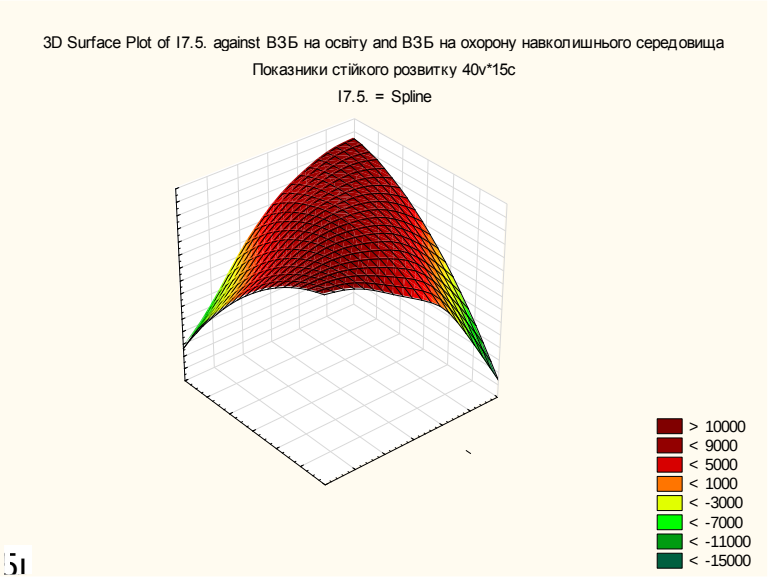

3D Surface Plot of I6.6. against ВЗБ на соціальне забезпечення and ВЗБ на охорону здоров'я
Показники стійкого розвитку 40v*15c
I6.6. = Spline
> 80
< 64
< 44
< 24
< 4
< -16
< -36

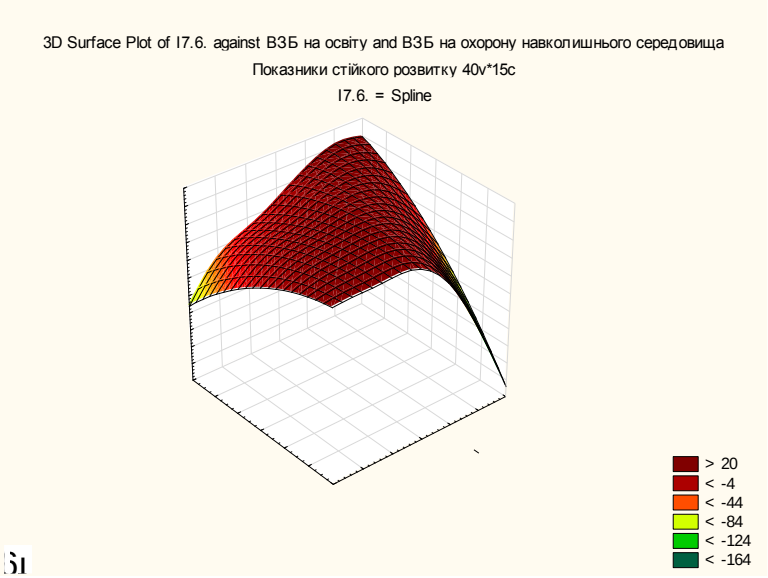

3D Surface Plot of I7.1. against ВЗБ на освіту and ВЗБ на охорону навколишнього середовища
Показники стійкого розвитку 40v*15c
I7.1. = Spline
> 0
< -100
< -300
< -500
< -700
< -900
< -1100

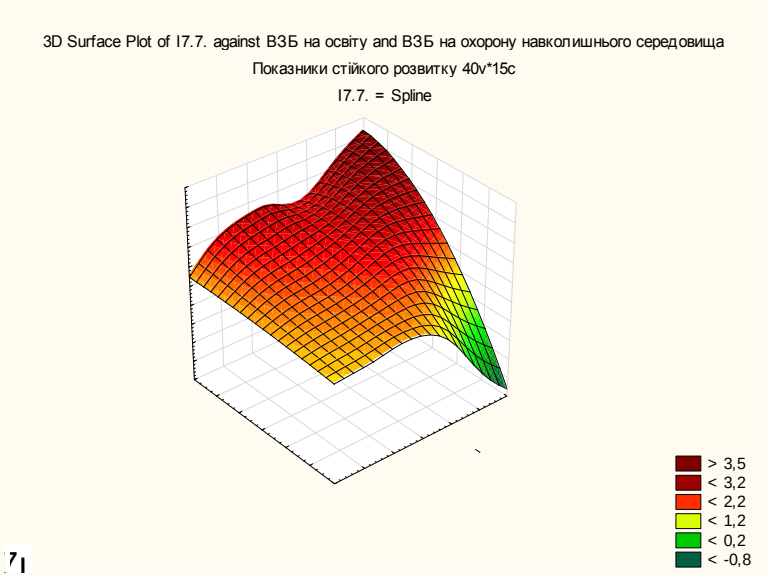

3D Surface Plot of I7.2. against ВЗБ на освіту and ВЗБ на охорону навколишнього середовища
Показники стійкого розвитку 40v*15c
I7.2. = Spline
> 0
< 0
< -100
< -200
< -300
< -400
< -500

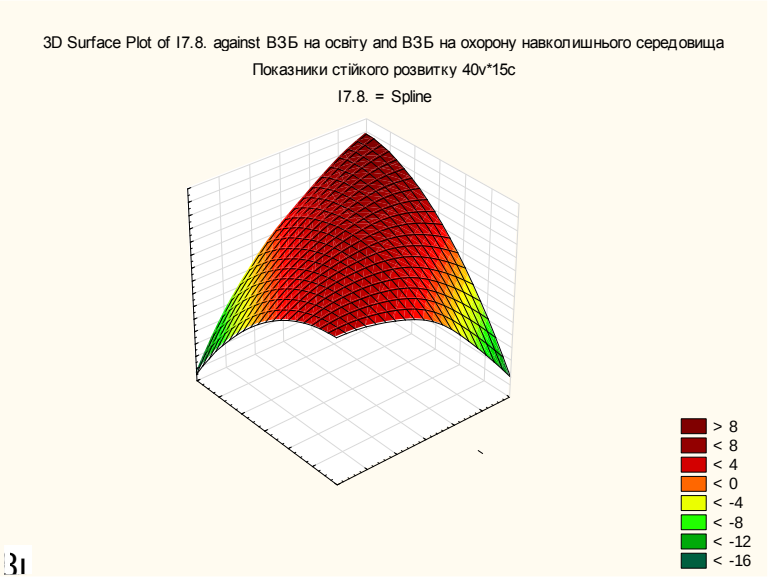

3D Surface Plot of I7.3. against ВЗБ на освіту and ВЗБ на охорону навколишнього середовища
Показники стійкого розвитку 40v*15c
I7.3. = Spline
> 4
< 3
< -1
< -5
< -9
< -13
< -17


3D Surface Plot of I7.4. against ВЗБ на освіту and ВЗБ на охорону навколишнього середовища
Показники стійкого розвитку 40v*15c
I7.4. = Spline
> 2
< 1
< -1
< -3
< -5
< -7
< -9
< -11


3D Surface Plot of I7.5. against ВЗБ на освіту and ВЗБ на охорону навколишнього середовища
Показники стійкого розвитку 40v*15c
I7.5. = Spline
> 10000
< 9000
< 5000
< 1000
< -3000
< -7000
< -11000
< -15000


3D Surface Plot of I7.6. against ВЗБ на освіту and ВЗБ на охорону навколишнього середовища
Показники стійкого розвитку 40v*15c
I7.6. = Spline
> 20
< -4
< -44
< -84
< -124
< -164


3D Surface Plot of I7.7. against ВЗБ на освіту and ВЗБ на охорону навколишнього середовища
Показники стійкого розвитку 40v*15c
I7.7. = Spline
> 3,5
< 3,2
< 2,2
< 1,2
< 0,2
< -0,8


3D Surface Plot of I7.8. against ВЗБ на освіту and ВЗБ на охорону навколишнього середовища
Показники стійкого розвитку 40v*15c
I7.8. = Spline
> 8
< 8
< 4
< 0
< -4
< -8
< -12
< -16

Зі

ТЕРНОПІЛЬСЬКА ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВА ПАЛАТА
TERNOPIL CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

Україна, 46001, м. Тернопіль, вул. Руська 40,
тел./факс +380 0352 25 56 18, 52 34 68, 2514 57,
25 54 25, факс (0352) 52 5613
E-mail: tcci@tcci.te.ua, Веб-Сайт: www.tcci.te.ua

Ukraine, 46001, Ternopil, st. Ruska 40,
phone/fax +380 0352 25 56 18, 52 34 68,
25 14 57, 25-54-25, fax (0352) 52-56-13
E-mail: tcci@tcci.te.ua, Web-Site: www.tcci.te.ua

Р/р 26006000020735 в АТ "Укрексімбанк" м. Тернополя МФО 322313 код ЄДРПОУ 02944751

№ 337-04-9 від 19.10.2017

Голові спеціалізованої
вченої ради Д 20.051.12
Прикарпатського національного
університету ім. В. Стефаника
проф. Благуну І. С.

Довідка

про впровадження результатів наукового дослідження

Видана Турському Ігору Володимировичу, як підтвердження того, що результати його наукового дослідження використовуються Тернопільською Торгово-промисловою палатою у своїй діяльності. Зокрема, у практичну діяльність ТТПП впроваджено методику кількісного оцінювання спроможності підприємницьких структур регіону до створення креативних кластерів.

Віце-президент Тернопільської
торгово-промислової палати **Т.Й.Копестинський**

ТЕРНОПІЛЬСЬКА ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВА ПАЛАТА
02944751
УКРАЇНА ТЕРНОПІЛЬ

УКРАЇНА
ТЕРНОПІЛЬСЬКА МІСЬКА РАДА

УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ МІСТА

Україна, 46001 м. Тернопіль, вул. Листопадова, 5
тел. +380352253780 тел./факс: +380352525980
код ЄДРПОУ 37710766
ел. адреса: usrm.mr@gmail.com

UKRAINE
TERNOPIL CITY COUNCIL

CITY STRATEGIC DEVELOPMENT DEPARTMENT

5, Lystopadova St., Ternopil, 46001, Ukraine
tel.+380352253780 tel./fax: +380352525980
Code 37710766
e-mail: usrm.mr@gmail.com

Від «19» 10 2017 р.
№ 423/2

Голові спеціалізованої
вченої ради Д 20.051.12
Прикарпатського національного
університету ім. В. Стефаника
проф. Благуну І. С.

ДОВІДКА

Видана Турському Ігору Володимировичу про те що, результати його наукового дослідження упроваджені у роботу Тернопільської міської ради. Зокрема, Управлінням стратегічного розвитку міста використовуються у практичній діяльності пропозиції Турського І.В. щодо концептуальної моделі формування креативних індустрій та стимулювання розвитку знаннємістких підприємств на регіональному рівні на основі активізації соціально-гуманітарного розвитку підприємництва.

Начальник управління Ю.П. Дейнека

УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ МІСТА ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ
37710766
УКРАЇНА

ТЕРНОПІЛЬСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
вул. М. Грушевського, 8, м. Тернопіль, 46021, тел.: (0352) 52-07-88, факс: 52-31-92
E-mail: oda@te.gov.ua Код ЄДРПОУ 00022622

26.10.2017 № 01-5170/32-10

На № _____ від _____

Голові спеціалізованої вченої ради
Д 20.051.12
Прикарпатського національного
університету ім. В. Стефаника
проф. Благуну І.С.

ДОВІДКА

Видана Турському Ігору Володимировичу про те що, результати його наукового дослідження упроваджені у роботу Тернопільської обласної державної адміністрації.

У практичній діяльності відділу «Центр підтримки підприємництва» управління розвитку реального сектору економіки та підприємництва використовуються такі розробки автора:

Стратегія розвитку соціального підприємництва регіону на основі активізації соціально-гуманітарного розвитку підприємств і регіону;

Методика кількісного оцінювання соціально-гуманітарного розвитку підприємництва та його впливу на економічний розвиток регіону;

Модель формування креативних територій економічного регіонального росту на основі активізації соціально-гуманітарного розвитку.

Голова обласної державної адміністрації **С.С.БАГНА**

№335 17 листопада

Довідка

Видана ***Турському Ігору Володимировичу*** про те що, результати його наукового дослідження упроваджені у роботу ГО «Асоціація підприємців Тернопільщини».

Так, нашою організацією використана концепція формування креативного класу підприємців на регіональному рівні та підхід до оцінювання соціально-економічниого впливу креативних індустрій на підприємництво регіону.

Голова правління О. М. ЗАГОРОДНИЙ

УКРАЇНА
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ
05408102
вул.Руська, 56, м.Тернопіль, 46001
тел. (0352) 25-49-83
№ 2/28-637
«21» 03 2018 р.

Голові спеціалізованої
вченої ради Д 20.051.12
Прикарпатського національного
університету ім. В. Стефаника
проф. Благуну І. С.

Довідка

Видана Турському Ігору Володимировичу про те що, він проводив свої наукові дослідження у рамках науково-дослідних робіт Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, зокрема:

- НДР «Дослідження ефективності територіальних і глобальних інституційних перетворень та їх вплив на економічний розвиток регіонів України (номер державної реєстрації 0102U00301);
- НДР «Розроблення територіальних стратегій формування кластерних структур в умовах міжрегіональних інтеграцій» (номер державної реєстрації 0108U004123)

В рамках вказаних НДР Турський І. В. розроблено методичний підхід щодо удосконалення системи відносин місцевої влади та суб'єктів підприємництва і обґрунтовано наукові положення та концепцію регулювання соціально-гуманітарного розвитку підприємництва в контексті формування креативних кластерів.результати його наукового дослідження упроваджені у роботу Тернопільської обласної державної адміністрації.

проректор з наукової роботи,
д.т.н., професор Рогатинський Р. М.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ
05408102

УКРАЇНА
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ
05408102
вул.Руська, 56, м.Тернопіль, 46001
тел.(0352)25-49-83
№ 2/28-638
«21» 03 2018 р.

Голові спеціалізованої
вченої ради Д 20.051.12
Прикарпатського національного
університету ім. В. Стефаника
проф. Благуну І. С.

Довідка

Видана Турському Ігору Володимировичу про те що, результати його наукових досліджень використовуються в навчальному процесі Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, зокрема:

- при викладанні дисциплін «Стратегічне управління», «Регіональна економіка»;
- при розробленні навчально-методичних матеріалів для забезпечення навчального процесу і оновлення змісту програм.

проректор з наукової роботи,
д.т.н., професор Рогатинський Р. М.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ
05408102

SEBN UA

SE Bordnetze – Ukraina TOV • Sitschowych Strilziw 43 • 47711 Bajkiwzi, Ternopil Rayon • Ukraine

№3-12 від 8.12.2017 р.

Довідка

Видана ***Турському Ігору Володимировичу*** про те що, результати його наукового дослідження упроваджені у роботу ТОВ «СЕ БОРДНЕТЦЕ-Україна».

Зокрема наша організація використовує наступні розробки автора:

- Механізми взаємодії підприємництва з органами місцевої влади на засадах активізації соціально-гуманітарного розвитку територій та підприємництва;
- Методику вимірювання готовності регіонів до формування підприємництва економіки знань і оцінювання рівня розвитку підприємництва регіону.

Директор Бістрам Екхарт

ТЕРНОПІЛЬСЬКА ОБЛАСТЬ ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ РАЙОН С.БАЙКІВЦІ ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ №2 СЕ БОРДНЕТЦЕ УКРАЇНА 34419383 УКРАЇНА

SUMITOMO ELECTRIC BORDNETZE Group Company

SE Bordnetze – Ukraina TOV
Sitschowych Strilziw 43
47711 Bajkiwzi
Ternopil Rayon
Ukraine
Phone +38(0352)475 129
Fax +38 (0352) 475 105

VAT No. 344193819180
Identification No. 34419383

President of the Supervisory Board:
Jürgen Klöpffer
Members of the Supervisory Board:
Heinrich Winnen
Osamu Inoue

COO:
Eckhard Bistram

CEEA:
Mykola Lytvyn

Bank Beneficiary "RB Aval", Kiev, Ukraine. Ternopil Branch
Bank address: 46001 Ternopil, Kardynala Josypa Slipogo 8
Account no: 260048554 [Euro]
SWIFT: AVALAUKTER

Банк ТОД "Райффайзенбанк Аваль", Україна
Адреса банку: 46001 Тернопіль, вул. Кардинала Йосипа Сліпого, 8
р/р: 260048554
МФО: 338501