

УДК 334.7

DOI: <https://doi.org/10.37734/2409-6873-2022-1-20>

ЕКОСИСТЕМНИЙ ПІДХІД ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ТА ПІДТРИМКИ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРИЙ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

В. В. ЛІСЦА

кандидат економічних наук, доцент;

О. М. МИХАЙЛЕНКО

кандидат економічних наук, доцент;

І. В. ЮРКО

кандидат економічних наук, доцент,

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Анотація. Метою статті є дослідження сутності екосистемного підходу в розвитку креативних індустрій (КІ) на регіональному рівні, аналіз складових елементів креативної екосистеми, обґрунтування напрямів зростання та підтримки КІ як складової регіональної креативної екосистеми. **Методика дослідження.** Вирішення поставлених у статті завдань здійснено за допомогою таких загальнонаукових і спеціальних методів дослідження: аналізу та синтезу, систематизації, порівняння та узагальнення, діалектичного підходу. **Результати.** Проведений аналіз дозволив визначити особливості застосування екосистемного підходу як інструменту розвитку та підтримки КІ на регіональному рівні за сучасних умов. Визначено та обґрунтовано тенденції та особливості розвитку КІ в Україні за сучасних умов, серед яких виокремлено такі як посилення інституційної спроможності КІ, зростання економічного потенціалу зазначеного сектору, демонстрація високого креативного потенціалу та активної залученості до світових культурних трендів, низький рівень співпраці між різними секторами КІ; слабка взаємодія КІ з органами влади, з бізнесом та іншими партнерами. Визначено, що екосистемний підхід описує успішне підприємництво як процес, що виникає в результаті взаємодії між підприємцями та навколишнім середовищем, а також включає динамічні місцеві соціальні, інституційні та культурні процеси, учасників, які заохочують та сприяють формуванню та зростанню нових фірм. В процесі дослідження визначені атрибути та характеристики підприємницьких та креативних екосистем, акцентована увага на основних моментах, пов'язаних із застосуванням екосистемного підходу щодо розвитку КІ на регіональному рівні. Запропоновано стратегічні напрями формування креативних екосистем на регіональному рівні. **Практична значущість результатів дослідження.** Запропоновані рекомендації спрямовані на визначення нових можливостей для зростання сектору КІ на основі екосистемного підходу на регіональному рівні.

Ключові слова: підприємництво, креативне підприємництво, екосистема, підприємницька екосистема, креативна екосистема, креативні індустрії, регіональний розвиток.

Постановка проблеми в загальному вигляді та зв'язок із найважливішими науковими чи практичними завданнями. Сучасний період, що характеризується масовою цифровізацією, активним розвитком зайнятості у сферах, які зорієнтовані на виробництво творчих продуктів та послуг, підвищенням ролі інтелектуальної власності, сприяє тому, що креативні індустрії (КІ) стають однією з найважливіших сфер розвитку економіки і суспільства як в світі, так і в Україні, зокрема. В Україні КІ як вид економічної діяльності виокремився у 2019 р. в результаті ухвалення Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про культуру» (щодо визначення поняття «креативні індустрії») [1] та Розпорядження Кабінету Міністрів України [2] про перелік видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій.

Ключовими характеристиками КІ є те, що вони: покращують та стимулюють розвиток тери-

торій та громад; сприяють зниженню рівня безробіття завдяки самозайнятості населення; орієнтовані на малий, а не на великий бізнес; найбільш виразно і ефективно проявляються в середовищі окремого міста (переважно це міський феномен); органічно поєднують науку і мистецтво, креативність та інновації. Важливий також позитивний вплив КІ на впровадження нових ідей та технологій в інших секторах, підвищенню їхньої продуктивності та конкурентоспроможності [3].

КІ має стійкий потенціал для створення доданої вартості і з кожним роком він стає все більшим як в світі, так і в Україні. Станом на кінець 2020 р. внесок КІ до ВВП України становить близько 4,04%. Цей внесок є меншим за внесок галузей сільськогосподарського, лісового та рибного господарств (11,65%), але цілком порівнюваний із добувною промисловістю і розробленням кар'єрів (5,72%), фінансовою та страховою діяльністю (5,11%), будівни-

цтвом (2,67%) [3]. Безперечно, внаслідок війни КІ постраждали як і всі інші сфери економіки України: відтік талантів, скорочення фінансування, зниження попиту, розірвання ланцюгів постачання, згорання державних програм фінансування, що спрямовувалися на підтримку КІ. Разом з тим, представники КІ продовжують працювати, в тому числі, експортуючи креативний продукт та підтримуючи українську економіку. На думку експертів, сектор КІ має стати одним із драйверів післявоєнного відновлення економіки України.

До початку війни в розвитку КІ в Україні простежувався прояв таких тенденцій:

– з'явилося усвідомлення економічного потенціалу КІ, який здатний приносити прибуток та отримувати додаткові ресурси для свого розвитку (затверджений перелік видів економічної діяльності, що належать до креативних індустрій; креативні індустрії належать до семи секторів української економіки, перспективних для експорту в Експортній стратегії України на 2017–2021 роки). Роль традиційних видів мистецтва переосмислюється в розрізі інноваційних технологій та економічної діяльності (наприклад, проект Концепції державної цільової програми підтримки і розвитку народних художніх промислів на 2020–2024 роки) [4];

– посилення інституційної спроможності креативних індустрій (у 2018 р. в МКіП утворено Директорат книговидання, креативних індустрій та туризму, створений Український культурний фонд, Український інститут книги, Рада з розвитку креативної економіки при КМУ);

– Україна демонструє високий креативний потенціал та активну залученість до світових культурних трендів (вуличне мистецтво, фестивальна культура), окремі сектори КІ досягли успіхів на міжнародному рівні (ІТ, дизайн, кінематографія, музична та модна індустрія);

– спостерігається поява нових освітніх проєктів, навчальних курсів і тренінгів, шкіл у сфері креативних індустрій, за підтримки міжнародних програм заохочується розвиток креативного підприємництва в Україні (Creative Spark, тренінги Creative Enterprise від Британської Ради) [4].

Разом з тим, для стійкого зростання КІ необхідні не просто інновації, а безперервна інноваційна активність, що досягається в форматі екосистем, коли нові продукти, технології та блага створюються виключно спільно, в режимі колективних дій. Саме розвиток екосистем, формування механізму виявлення підприємницьких можливостей в сфері КІ, запровадження нових механізмів доступу до капіталу, інвестицій, інфраструктури, технологій, експертизи та налагодження роботи цих механізмів із залученням різних учасників екосистеми, є важливим чинником розвитку КІ як за сучасних умов та подальшого повоєнного відновлення. Вищезначене також актуалізує

ускладнення глобального середовища, яке характеризується витісненням ієрархічних конструкцій горизонтальними, утворенням локальних екосистем та взаємодією цих екосистем одна з одною. Як визначено в Зеленій книзі ЄС, «потенціал КІ усе більше та більше замінюються креативними громадами, ресурсами яких є спроможність «уявляти, винаходити, творити» [5].

Сьогодні, для того щоб перемагати конкурентів, в тому числі в сфері КІ, недостатньо копіювати їх стратегії та вигравати за ціною, необхідно диференціюватися та створювати унікальний клієнтський досвід. Часто саме різноманітні партнерства дозволяють бізнесу увійти на новий ринок із мінімальними витратами та створити несподівані комбінації ресурсів та інноваційні пропозиції, що виступає джерелом креативу та основою співпраці учасників ринку, які на перший погляд, є несумісними [6].

Все це актуалізує дослідження щодо застосування екосистемного підходу як інструменту розвитку та підтримки КІ на регіональному рівні за сучасних умов.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зараз вже існує достатня кількість досліджень щодо змісту дефініції «бізнес-екосистема», «підприємницька екосистема», «креативна екосистема». Як відомо, авторство терміна «бізнес-екосистема» належить J. F. Moore, який започинав його в 1993 р. у статті «Predators and Prey: A New Ecology of Competition» [7]. Надалі ця концепція розвивалася в роботах Iansiti, Levien (2004); Teece (2007); Adomavicius, Bockstedt, Gupta, Kauffman (2007); Adomavicius, Bockstedt, Gupta, Kauffman (2008); Adner, Kapoor (2010); Isenberg, D.J. (2011); Stam, E. (2015); Mack and Mayer (2016) та ін. В Україні до питань розвитку екосистеми підприємницького середовища зверталися автори О. Котко, О. Гуменна, Л. Ганущак-Єфіменко, О. Пастернак, М. Карп'як та ін. В наукових публікаціях вищезначених авторів досліджуються та обґрунтовуються різні аспекти формування, розвитку, взаємозв'язок між підприємницькими екосистемами та новими бізнес-можливостями. Попри значні теоретичні та практичні напрацювання вчених з даної проблематики, залишаються актуальними дослідженими питання застосування екосистемного підходу у зростанні ролі КІ в регіональному аспекті.

Формування цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження сутності екосистемного підходу в розвитку КІ на регіональному рівні, аналіз складових елементів креативної екосистеми, обґрунтування напрямів зростання та підтримки КІ як складової регіональної креативної екосистеми.

Вклад основного матеріалу дослідження з новим обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Різноманітні дослідження визнача-

ють такий перелік основних проблем, що стримують становлення КІ в Україні та негативно впливають на їх динаміку розвитку та сталість:

- мережева модель формування креативної економіки поки не стала визначальною в Україні; специфічні характеристики ринку КІ, бізнес-моделі КІ часто є неадаптованими до нематеріального характеру КІ;

- проблеми, пов'язані із залученням фінансування МСБ у сфері КІ. Звіт European Expert Network on Culture (EENC) акцентує увагу на таких проблемах, пов'язаних з КІ: типові проблеми бізнесів та організацій КІ (брак бізнес-компетентностей, залежність від державного фінансування; обмежені можливості використання потенціалу краудфандингу; відсутність умов для певних видів фінансування; консерватизм традиційних надавачів фінансування часто пов'язаний з нерозумінням специфіки КІ); особливі проблеми бізнесів КІ (відсутність матеріальних активів, залежність від нематеріальних цінностей, відсутність застави, висока непевність на ринку, генерування цінності впродовж тривалого й невизначеного періоду) [8];

- недостатня розвиненість екосистеми підтримки, брак майданчиків для зустрічі бізнесів КІ та надавачів інвестицій, а також брак знань з обох сторін про можливі формати співпраці; слабкий розвиток інфраструктури креативного простору на місцевому рівні;

- низький рівень співпраці між різними секторами КІ; слабка взаємодія КІ з органами влади, з бізнесом та іншими партнерами; відсутність послідовного, стратегічно вмотивованого лобювання інтересів КІ на національному, регіональному та місцевому рівнях;

- дефіцит законодавчих змін/ініціатив, їх асинхронність із процесами, що відбуваються у КІ;

- брак кадрів із високими компетенціями у сфері проектного менеджменту, культурного та креативного підприємництва; низький рівень фахової підготовки та неготовність впроваджувати нові технології у художній та управлінській сферах КІ;

- орієнтація значної частини українського суспільства на масову культуру, слабка зацікавленість унікальними креативними та культурними проектами; не однакова доступність мистецтва як готового продукту та можливостей для культурної самореалізації для різних груп соціуму: низький рівень інклюзії у мистецтві, незначний рівень мобільності культурного продукту, недостатній розвиток культурної інфраструктури особливо на обласному та районному рівнях;

- відсутність регулярного збору даних та проведення аналітичних досліджень стану розвитку КІ, які стали би підґрунтям для формування стратегії та розвитку політики підтримки.

Як бачимо, поточний стан КІ в Україні потребує створення такого середовища, яке б забезпечувало умови для цілісного функціонування та розвитку. Відповідно, застосування екосистемного підходу для КІ має стати комплексним системним рішенням щодо забезпечення подальшого їх економічного зростання в регіональному контексті.

З ускладненням форм організації бізнесу, виникненням нових форм співпраці між ринковими агентами та новими способами спільного створення ними доданої вартості, організаційні межі в економіці стають дедалі розмитими та динамічними. Дослідники відзначають, що в даний час для створення інноваційного продукту або/та надання послуги, що відповідають вимогам споживачів, необхідно, як правило, об'єднання ресурсів і компетенцій декількох учасників ринку. Також в дослідженнях [9] відзначається, що горизонтально-мережева інтеграція за умов глобальної інформаційно-інноваційної економіки дозволяє інтегрувати інноваційні ідеї, розробляти технології та ресурси для створення і реалізації інноваційних товарів і послуг і, як наслідок, отримувати різноманітні ринкові та мережеві ефекти, які не можуть бути отримані кожним учасником самостійно, якщо вони будуть функціонувати поодиночки.

Колаборація (від англ. *collaboration* – «працювати спільно») являє собою не просто координацію дій ринкових агентів в ході спільних проєктів, а динамічний процес їх колективних дій як учасників єдиної мережі, де вони спираються на спільну стратегію, загальну ідентичність, загальні зобов'язання. [10]. Результатом такої колаборації є підвищення продуктивності наявних ресурсів, поява можливості мережевим партнерам спільно створювати постійно нові продукти під нові запити ринків, йти на будь-які креативні бізнес-рішення, включатися в будь-глобальні ланцюжки [11].

Отже, у сучасному, все більш складному та взаємопов'язаному діловому середовищі, організаціям стає все важче мати всі ресурси та можливості, необхідні для задоволення вимог кінцевих клієнтів. Відповідно, вони повинні залучати ресурси інших фірм та успішно інтегрувати їх у свою пропозицію. Організації, які таким чином взаємодіють, утворюють «бізнес-екосистему», в якій вони створюють цінність разом з іншими організаціями, підвищуючи ефективність та спільно створюючи послуги для клієнтів.

Як відомо, поняття «екосистема» запозичене економістами з біології та в рамках екосистемного підходу розглядається як концепція, яка описує еволюцію характеру взаємодій економічних агентів, моделей їх інноваційної активності та їх взаємовідносин з середовищем функціонування. Терміном «бізнес-екосистема» Дж. Мур назвав економічну спільноту учасників ринку,

що виробляють товари та послуги та вибудовують свою діяльність відповідно до загального стратегічного напрямку, який задається одним або декількома провідними гравцями [7]. На думку Дж. Мура, компанія має розглядатися не як елемент окремої галузі, а як частина бізнес-екосистеми, що належить до кількох галузей. Усередині такої бізнес-екосистеми компанії працюють у кооперації, одночасно конкуруючи між собою, спільно створюючи можливості на основі інновації. На думку автора, елементи екосистеми еволюціонують таким чином, щоб найбільше задовольнити потреби ринку.

Експерти відзначають, що екосистема має динамічний та системний характер та охоплює безліч суб'єктів, процесів та інституцій, являє собою географічно обмежені райони із взаємозалежними компонентами [9; 12]. Так, на думку Д. Айзенберга, підприємницька екосистема розглядається як складна адаптивна система із сукупністю зв'язків між компонентами екосистеми, де відносини між окремими елементами нелінійні та динамічні. Таким чином, екосистема є динамічною структурою, утвореною взаємопов'язаними, взаємозалежними організаціями, якими можуть бути нові підприємства, великі корпорації, уряд, галузеві асоціації, індивідуальні інвестори, організації державного сектору, університети та дослідницькі центри. Також екосистему можна розглядати як соціальну систему, в якій кожна організація, що бере в ній участь, ділиться своїм досвідом і отримує вигоду в рамках співпраці з іншими її учасниками. Відповідно, організації, які виявляють найбільшу активність у створенні таких мереж у порівнянні з іншими її учасниками, можуть відігравати в ній ключову роль [13].

Що стосується терміну «креативна екосистема», то вперше він з'явився у журналі BusinessWeek 2000 р. і визначає тип інфраструктури, у якій виникає творча діяльність, яка переважно складається з трьох елементів: креативних особистостей, певного середовища, а також зв'язків між ними.

Дослідники констатують, що екосистемний підхід описує успішне підприємництво як процес, що виникає в результаті взаємодії між підприємцями та навколишнім середовищем, а також включає «динамічні місцеві соціальні, інституційні та культурні процеси, учасників, які заохочують та сприяють формуванню та зростанню нових фірм» [14]. Автори наголошують, що характерним для екосистемного підходу є його увага не до фірм, а до підприємця як до основної дійової особи. Також такий підхід визначається як «набір взаємозалежних акторів та факторів, скоординованих таким чином, щоб забезпечити продуктивне підприємництво на певній території» [14].

Д. Айзенберг визначив наступні домени підприємницьких екосистем, які мають вирішальне значення в їх розвитку: відповідне культурне середовище, сприятлива політика та лідерство, доступність належного фінансування, якісний людський капітал, сприятливі для підприємств ринки збуту продукції та відповідні елементи інституційної інфраструктури (рис. 1).

Можна визначити наступні характеристики підприємницьких екосистем:

- кожна екосистема є унікальною в результаті певної складної взаємодії її учасників, хоча і формується за допомогою визначених достатньо сталих складових;

- концепція екосистемного розвитку зазвичай вимагає, щоб один або кілька учасників виступали організатором, який відповідальний за структуру та ефективність бізнес-екосистеми, включаючи управління, комерційні домовленості, координацію виходу на ринок, механізми створення цінності та управління ризиками;

- екосистеми є емерджентними, тобто кооперація між компаніями призводить до результату, який вони не можуть створити поодиножко;

- в екосистемах кінцеві споживачі можуть купувати продукт/послугу різними способами, вибираючи різні компоненти, що надаються учасниками екосистеми; присутність одного продукту/послуги підвищує цінність іншого продукту/послуги, і навпаки;

- не існує єдиного стимулюючого фактора, який би виступав в якості «рушійної сили» екосистеми, тому що за визначенням екосистема є динамічною мережею, що саморегулюється. Як зазначає [13], суттєві зміни у підприємстві, які час від часу спостерігаємо, є результатом спільної роботи багатьох змінних. Окрема людина або група людей можуть бути каталізаторами, без яких не відбулося б таких змін. Крім того, один або два більш менш випадкові успіхи, можуть сильно вплинути на розвиток екосистеми (Skype вплинув на екосистему Естонії, Scitex та Elscint стимулювали розвиток Ізраїлю) [13];

- екосистеми підприємництва стають відносно самодостатніми. Як тільки складові екосистеми стають достатньо сильними, вони взаємно посилюють одна одну, відповідно, участь держави в ній має бути значно зменшена, а сама екосистема має зосередитися на забезпеченні стійкості у навколишньому середовищі [13].

Отже, підприємницькі екосистеми існують для колективного створення вищого рівня цінності, ніж їх учасники можуть створити окремо, враховуючи час, капітал, права інтелектуальної власності, умови доступу до ринку та інші обмеження ринку. На нашу думку, також важливий акцент на тому, що підприємницькі екосистеми є результатом розумної еволюції, процесу, що поєднує «неви-

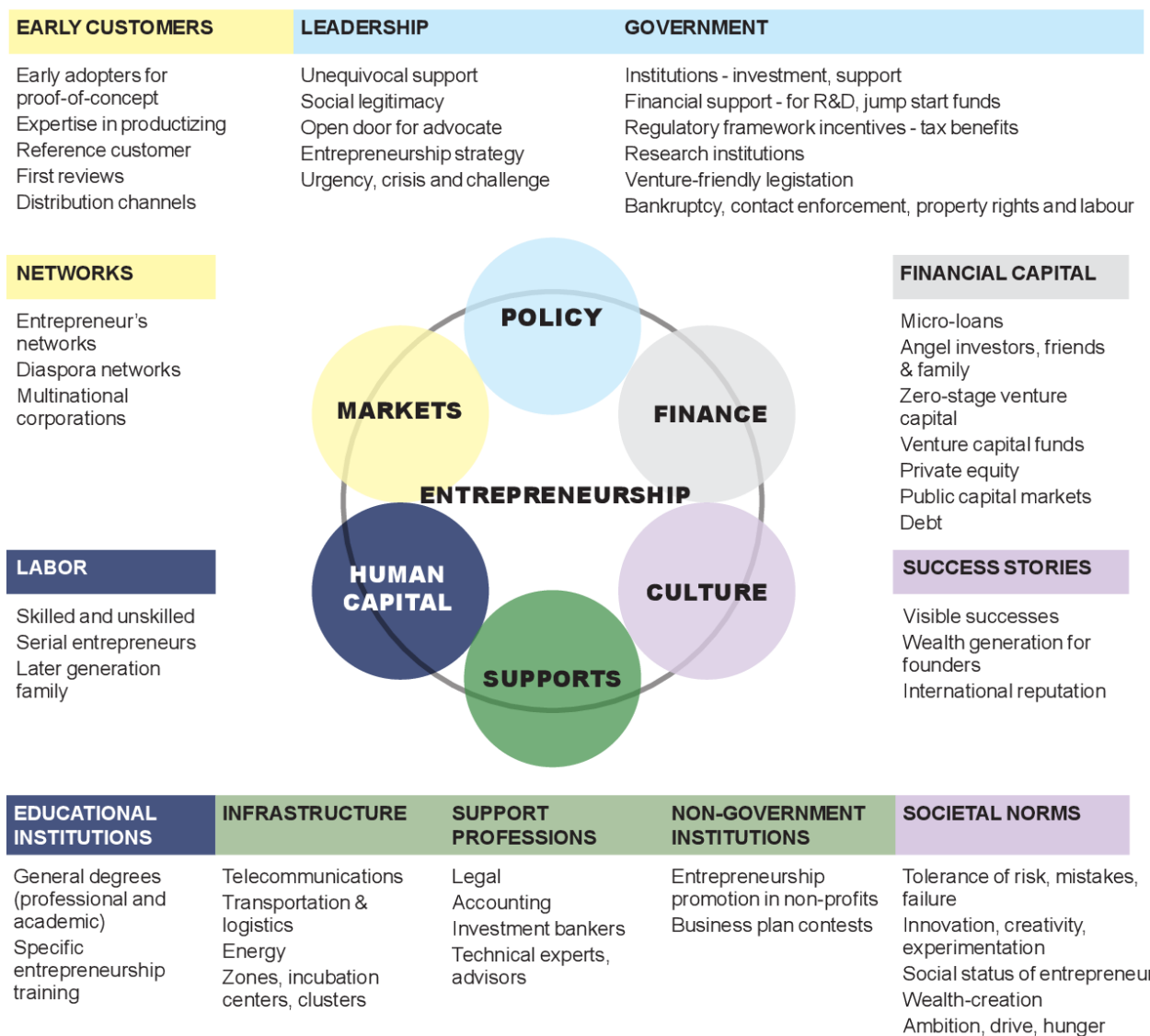


Рис. 1. Домени підприємницької екосистеми за Д. Айзенбергом, які мають вирішальне значення в її розвитку

Джерело: [15]

диму руку» ринку та допомогу з боку державних установ, які достатньо кваліфіковані, щоб знати, коли, як і за яких умов їх підтримувати для культивування та забезпечення їх самодостатності [13].

Як свідчить досвід різних країн [16], схожі процеси спостерігаються при формуванні креативних екосистем. Аналіз результатів досліджень дозволяє акцентувати увагу, на наш погляд, на таких основних моментах, пов'язаних із застосуванням екосистемного підходу щодо розвитку КІ на регіональному рівні:

– особливістю КІ є те, що вони зосереджені на «діяльності, яка бере свій початок в індивідуальній творчості, навичках, талантах і потенційно створює багатство та робочі місця за рахунок створення та експлуатації інтелектуальної власності» [16]. Креативні індустрії – це переважно малий і мікробіз-

нес, а також значна частина фрілансерів. Цінність КІ полягає також у тому, що їх зв'язок з індивідуальною творчістю часто пов'язаний зі створенням нових знань, які в тому числі можуть поширюватися на інші сектори. КІ можуть підтримувати виробництво в інших секторах економіки через стратегічні партнерства та співпрацю, формуючи пропозицію (продукт/послугу) більш цінною в очах споживача. Крім прямого економічного впливу, КІ також сприймаються як такі, що підтримують інші процеси в суспільстві, наприклад, зміцнення соціальної згуртованості та відродження міст;

– територія та громади є відправною точкою креативної екосистеми. Відмічається значна залежність КІ від місцевих ресурсів, місцевої культури; конкретних географічних та історичних умов, які демонструють взаємозв'язок творчості та інновацій,

а також ступеня та якості взаємодії регіонального політикума з талантами зі сфери культурних та креативних індустрій (ККІ). Разом з тим, досягнення цілей в напрямку сталого розвитку креативних екосистем вимагає від людей, які працюють у КІ, більш активної взаємодії з громадянами, регіональними та місцевими організаціями та політиками;

– відбувається перетин цифрової та креативної промисловості, і ця тенденція, ймовірно, буде тільки поширюватися в залежності від темпів розвитку процесу цифровізації. Відмічається потужна роль автоматизації у підтримці творчої

роботи, підвищенні продуктивності при одночасному зростанні загрози втрати робочих місць через автоматизацію у сфері КІ;

– відчутний вплив Індустрії 4.0 на КІ через посилення конкуренції за аудиторію та увагу споживачів, створення більш конкурентного середовища (так званої «економіки уваги»), а також формування певної залежності творчих індустрій від зростання експорту;

– у формуванні креативних екосистем значна роль належить лідерам (окремим особистостям), які часто не належать до представників КІ, але

UNIDO's Creative Ecosystem

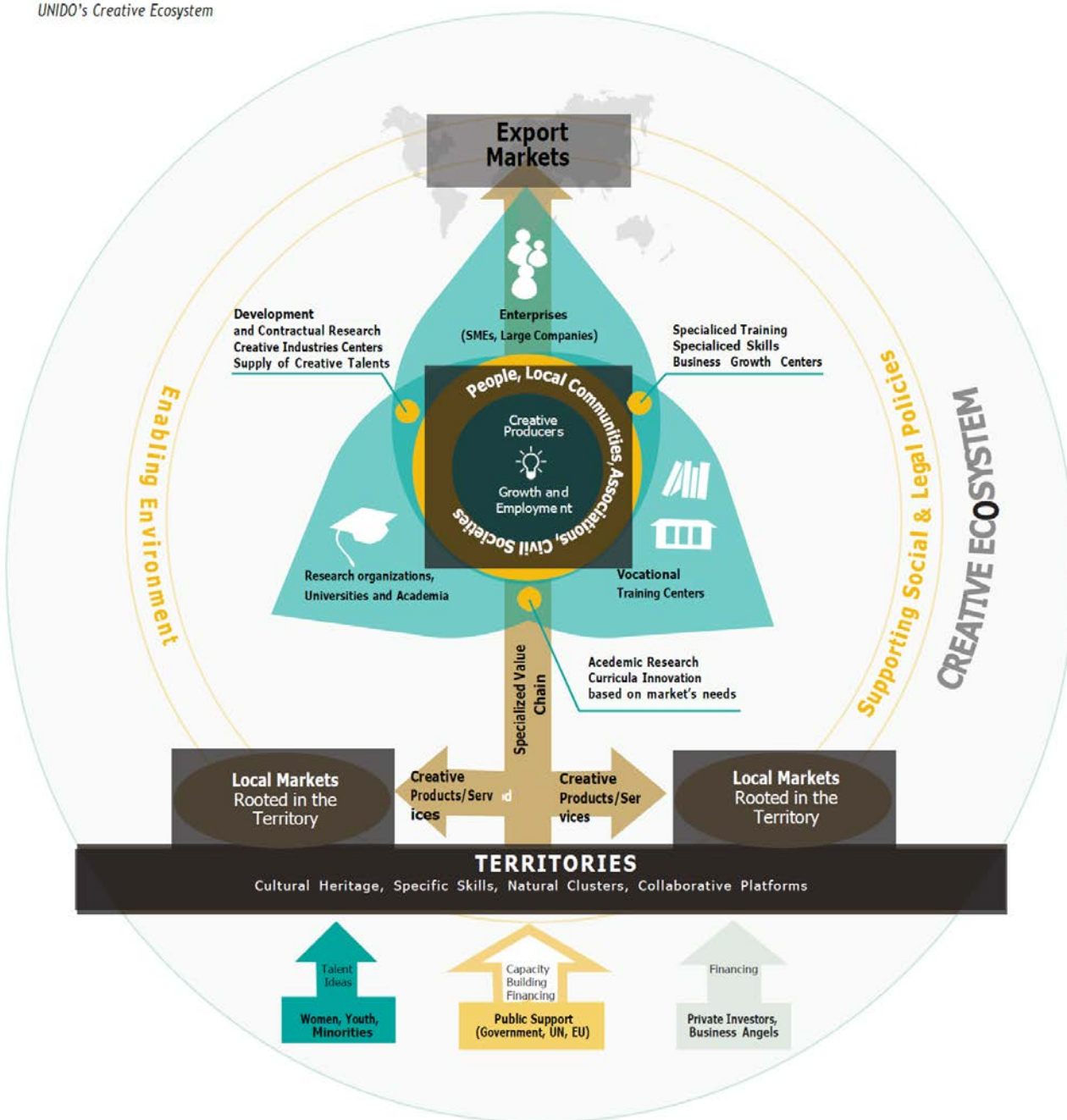


Рис. 2. Креативна екосистема за ЮНІДО

Джерело: [20]

відіграють роль каталізаторів, без яких не відбувається рух в напрямку такої форми колаборації;

– в розвитку креативних систем визначальну роль відіграють університети, які забезпечують ідеальну платформу із свободою творчої культури та мислення для появи нових креативних продуктів та бізнес-ідей [17; 18; 19].

У 2014 р. Організація Об'єднаних Націй з промислового розвитку (ЮНІДО) наголосила на ролі творчих кластерів як засобу розвитку креативної економіки, а також запропонувала Потрійну спіраль як життєво важливий елемент такої економіки [20]. Документ визначає креативну екосистему як комбінацію підприємств, навчальних центрів, наукових кругів і дослідницьких підрозділів, зацікавлених у суспільній та приватній синергії навколо спільних творчих проєктів у заданому нематеріальному просторі, яка може бути досягнута за рахунок зв'язків, що підтримуються учасниками системи між собою. Ця система партнерства, організована для створення простору, з якому продукуються інноваційні, творчі ідеї, які в кінцевому підсумку можуть бути використані існуючими компаніями. Разом з тим, ці системи здатні розширити побічні ефекти на інші підсектори та області, оскільки знання, пов'язані з творчою діяльністю людини постійно оновлюються з новими поколіннями [20]. Запропонований підхід ґрунтується на моделі Triple Helix, яка пояснює динамічну взаємодію між академічними колами, промисловістю та урядом, що сприяє підприємництву, інноваціям та економічному зростанню в економіці, заснованій на знаннях [21; 22]. Однак у центрі уваги запропонованого підходу є саме творчість (рис. 2).

Беручи до уваги результати аналізу динаміки розвитку креативних екосистем в світі, акцентуємо увагу на таких стратегічних напрямках щодо стійкого їх розвитку:

– формування єдиного бачення та стратегії для творчих індустрій як на національному, так і регіональному рівнях; дотримання більш інклюзивного та збалансованого підходу до КІ;

– забезпечення відповідного співвідношення освіти та навчання зі структурою сектору КІ; сти-

мулювання розвитку творчого навчання, що спрямоване на покращення пропозиції нових учасників сектору КІ; зосередження на талантах з метою підтримки критичної маси творчих людей у кожному підсекторі КІ;

– розширення творчих можливостей кваліфікованих кадрів в секторі КІ для подолання проблеми їх нестачі;

– створення відповідної стійкої регіональної творчої інфраструктури та системи підтримки сектору КІ; консолідування бізнесу, заохочуючи перехід від творчості до креативного підприємництва; підтримувати комерціалізацію для подальшого просування місцевої творчості;

– розширення доступу до мереж знань та досвіду (як місцевих, так і міжнародних); стимулювання досліджень для створення умов, які сприятимуть творчості;

– досягнення балансу спеціалізації, різноманітності та мобільності сукупності експертів в регіоні;

– розвиток технологій та успішне поєднання ремісничих, цифрових процесів та нових знань в секторі КІ [23].

Висновки із зазначених проблем і перспективи подальших досліджень у поданому напрямі. Креативні екосистеми з часом еволюціонують і радикально змінюють свою форму під дією варіативних політичних, економічних і культурних чинників. Як показують дослідження, відбувається розширення існуючих мережевих ефектів та надання нових гнучких можливостей для учасників креативної екосистеми. Процес формування креативних екосистем, безперечно, триватиме і надалі, так як екосистеми вважаються форматом колаборації, за яким майбутнє. Подальші напрями дослідження, на нашу думку, будуть пов'язані із аналізом мережевих ефектів, які можна використовувати для збереження довгострокового успіху існуючих креативних екосистем, визначенням типів стратегічного партнерства та співробітництва, які можна розвивати в межах екосистеми, встановленням ефективних бізнес-моделей та можливостей для монетизації у рамках діючих креативних екосистем.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про внесення змін до Закону України «Про культуру» щодо визначення поняття «креативні індустрії»: Закон України від 19 червня 2018 № 2458-VIII / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-19#Text> (дата звернення: 14.06.2022).

2. Про затвердження видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 квітня 2019 р. № 265-р / Кабінет Міністрів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text> (дата звернення: 14.06.2022).

3. Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України. URL: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf> (дата звернення: 21.05.2022).

4. Образцова А. Я., Мороз Л. А. Як народжуються креативні індустрії: щодо передумов і засад державної політики у сфері креативних індустрій в Україні. URL: <http://kurbas.org.ua/projects/almanah14/08.pdf> (дата звернення: 12.05.2022).

5. Економічна привабливість української культури. Аналітична доповідь. URL: http://www.ier.com.ua/files/publications/Special_research/2019_UCF_report_short.pdf (дата звернення: 14.05.2022).

6. Isenberg D. Isenberg's model of an entrepreneurship ecosystem. *Regh, Für, & GmbH*. 2018.

7. Moore Jm. Predators and Prey: A New Ecology of Competition. 1993. URL: <https://hbr.org/1993/05/predators-and-prey-a-new-ecology-of-competition>
8. Аналіз механізмів доступу до фінансування та відповідних політик у країнах ЄС. URL: https://ppv.net.ua/uploads/work_attachments/02_Finance_for_Creative_Industries_analysis_PPV_2020_UA.pdf (дата звернення: 08.06.2022).
9. Business ecosystems come of age. URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/platform-strategy-new-level-business-trends/DUP_1048-Business-ecosystems-come-of-age_MASTER_FINAL.pdf
10. Emerson, K., & Nabatchi, T. Evaluating the Productivity of Collaborative Governance Regimes: A Performance Matrix. *Public Performance & Management Review*. 2015. 38, 717–747. DOI: <https://doi.org/10.1080/15309576.2015.1031016>
11. Delgado, M., Porter, M., & Stern, S. Clusters and entrepreneurship, *Journal of Economic Geography*. July 2010. Volume 10. Issue 4. P. 495–518. DOI: <https://doi.org/10.1093/jeg/lbq010>
12. Malecki, E. Entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems. URL: <https://compass.onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/gec3.12359>
13. Isenberg, D. Introducing the Entrepreneurship Ecosystem: Four Defining Characteristics. URL: <https://www.forbes.com/sites/danisenberg/2011/05/25/introducing-the-entrepreneurship-ecosystem-four-defining-characteristics/?sh=5b2ad9c25fe8>
14. Loots, E., Neiva, M., Carvalho, L., & Lavanga, M. The entrepreneurial ecosystem of cultural and creative industries in Porto: A sub-ecosystem approach. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/grow.12434>
15. Isenberg, D. The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship. Institute of International and European Affairs, Dublin, Ireland. 12 May 2011. 1–13.
16. The Future of the Creative Economy A report by Deloitte. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/technology-media-telecommunications/deloitte-uk-future-creative-economy-report-final.pdf>
17. Developing Entrepreneurship Ecosystems By Design: Can Academic Institutions Play A Central Role? URL: <https://www.entrepreneur.com/article/333131>
18. Cai, Y., & Amaral, M. The Triple Helix Model and the Future of Innovation: A Reflection on the Triple Helix Research Agenda. URL: https://brill.com/view/journals/thj/8/2/article-p217_1.xml?language=en
19. Isenberg, D. What an Entrepreneurship Ecosystem Actually Is. URL: <https://hbr.org/2014/05/what-an-entrepreneurial-ecosystem-actually-is>
20. Bakalli, M. The creative ecosystem: Facilitating the development of creative industries. 2014. URL: <https://open.unido.org/api/documents/4627178/download/The%20creative%20ecosystem%20-%20Facilitating%20the%20development%20of%20creative%20industries>
21. Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. The Triple Helix – University-Industry-Government Relations: A Laboratory for Knowledge-Based Economic Development. *EASST Review*. 1995. 14, 14–19. URL: <http://www.leydesdorff.net/th1/index.htm>
22. Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. The dynamics of innovation: from National Systems and “Mode 2” to a Triple Helix of university-industry-government relations. *Research Policy*. 2000. 29(2), 109–123. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00055-00054](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00055-00054).
23. Jeffcutt, P. Knowledge relationships and transactions in a cultural economy: analyzing the creative industries ecosystem. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1329878X0411200107>
24. Карп'як М. О. Креативні екосистеми у стратегічній перспективі соціально-економічного розвитку територіальних громад. URL: [http://ird.gov.ua/sep/sep20176\(128\)/sep20176\(128\)_020_PasternakO,KarpyakM.pdf](http://ird.gov.ua/sep/sep20176(128)/sep20176(128)_020_PasternakO,KarpyakM.pdf) (дата звернення: 08.06.2022).

REFERENCES

1. Zakon Ukrainy “Pro vnesennia zmin do Zakonu Ukrainy “Pro kulturu” shchodo vyznachennia poniattia “kreatyvni industrii”: vid 19 chervnia 2018 № 2458-VIII [Law of Ukraine “On amendments to the Law of Ukraine “On Culture” regarding the definition of the term “creative industries” from June, 19, 2018, № 2458-VIII]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2458-19#Text> (accessed 14 June 2022). (in Ukrainian)
2. Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy “Pro zatverdzhennia vydiv ekonomichnoi diialnosti, yaki nalezhat do kreatyvnykh industrii” vid 24 April 2019 № 265-r [Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine “About approval of types of economic activity, which include creative industries” from April, 24, 2019, № 265-r]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265-2019-%D1%80#Text> (accessed 14 June 2022). (in Ukrainian)
3. Kreatyvni industrii: vplyv na rozvytok ekonomiky Ukrainy [Creative industries: impact on the development of the Ukrainian economy]. Available at: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf> (accessed 21 May 2022). (in Ukrainian)
4. Obraztsova A. Ya., Moroz L. A. Yak narodzhuiutsia kreatyvni industrii: shchodo peredumov i zasad derzhavnoi polityky u sferi kreatyvnykh industrii v Ukraini [How creative industries are born: conditions and foundations of state policy in the field of creative industries in Ukraine]. Available at: <http://kurbas.org.ua/projects/almanah14/08.pdf> (accessed 12 May 2022). (in Ukrainian)
5. Ekonomichna pryvablyvist ukrainskoi kultury. Analychna dopovid [Economic attractiveness of Ukrainian culture. Analytical report]. Available at: http://www.ier.com.ua/files/publications/Special_research/2019_UCF_report_short.pdf (accessed 14 May 2022). (in Ukrainian)
6. Isenberg, D. (2018) Isenberg's model of an entrepreneurship ecosystem. *Regh, Für, & GmbH*.
7. Moore, Jm. (1993) Predators and Prey: A New Ecology of Competition. Available at: <https://hbr.org/1993/05/predators-and-prey-a-new-ecology-of-competition>

8. Analiz mekhanizmiv dostupu do finansuvannia ta vidpovidnykh polityk u krainakh YeS [Analysis of mechanisms of access to financing and relevant policies in EU countries]. Available at: https://ppv.net.ua/uploads/work_attachments/02_Finance_for_Creative_Industries_analysis_PPV_2020_UA.pdf (accessed 08 June 2022). (in Ukrainian)
9. Business ecosystems come of age. Available at: https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/platform-strategy-new-level-business-trends/DUP_1048-Business-ecosystems-come-of-age_MASTER_FINAL.pdf
10. Emerson, K., & Nabatchi, T. (2015) Evaluating the Productivity of Collaborative Governance Regimes: A Performance Matrix. *Public Performance & Management Review*, 38, 717–747. DOI: <https://doi.org/10.1080/15309576.2015.1031016>
11. Delgado, M., Porter, M., & Stern, S. (July 2010) Clusters and entrepreneurship, *Journal of Economic Geography*, vol. 10, issue 4, pp. 495–518. DOI: <https://doi.org/10.1093/jeg/lbq010>
12. Malecki, E. Entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems. Available at: <https://compass.onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/gec3.12359>
13. Isenberg, D. Introducing the Entrepreneurship Ecosystem: Four Defining Characteristics. Available at: <https://www.forbes.com/sites/danisenberg/2011/05/25/introducing-the-entrepreneurship-ecosystem-four-defining-characteristics/?sh=5b2ad9c25fe8>
14. Loots, E., Neiva, M., Carvalho, L., & Lavanga, M. The entrepreneurial ecosystem of cultural and creative industries in Porto: A sub-ecosystem approach. Available at: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/grow.12434>
15. Isenberg, D. (12 May 2011) The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship. Institute of International and European Affairs, Dublin, Ireland, 1–13.
16. The Future of the Creative Economy A report by Deloitte. Available at: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/technology-media-telecommunications/deloitte-uk-future-creative-economy-report-final.pdf>
17. Developing Entrepreneurship Ecosystems By Design: Can Academic Institutions Play A Central Role? Available at: <https://www.entrepreneur.com/article/333131>
18. Cai, Y., & Amaral, M. The Triple Helix Model and the Future of Innovation: A Reflection on the Triple Helix Research Agenda. Available at: https://brill.com/view/journals/thj/8/2/article-p217_1.xml?language=en
19. Isenberg, D. What an Entrepreneurship Ecosystem Actually Is. Available at: <https://hbr.org/2014/05/what-an-entrepreneurial-ecosystem-actually-is>
20. Bakalli, M. (2014) The creative ecosystem: Facilitating the development of creative industries. Available at: <https://open.unido.org/api/documents/4627178/download/The%20creative%20ecosystem%20-%20Facilitating%20the%20development%20of%20creative%20industries>
21. Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (1995) The Triple Helix – University-Industry-Government Relations: A Laboratory for Knowledge-Based Economic Development. *EASST Review*, 14, 14–19. Available at: <http://www.leydesdorff.net/th1/index.htm>
22. Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000) The dynamics of innovation: from National Systems and “Mode 2” to a Triple Helix of university-industry-government relations. *Research Policy*, 29(2), 109–123. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00055-00054](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00055-00054).
23. Jeffcutt, P. Knowledge relationships and transactions in acultural economy: analyzing the creative industries ecosystem. Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1329878X0411200107>
24. Karpiak M. O. Kreatyvni ekosystemy u stratehichnii perspektyvi sotsialno-ekonomichnoho rozvytku terytorialnykh hromad [Creative Ecosystems in the Strategic Perspective of Socio-Economic Development of Territorial Communities]. Available at: [http://ird.gov.ua/sep/sep20176\(128\)/sep20176\(128\)_020_PasternakO,KarpyakM.pdf](http://ird.gov.ua/sep/sep20176(128)/sep20176(128)_020_PasternakO,KarpyakM.pdf) (accessed 08 June 2022). (in Ukrainian)

Viktoriia Lisitsa, Olena Mykhaylenko, Ihor Yurko, Poltava University of Economics and Trade. Ecosystem approach as a tool for the development and support of creative industries at the regional level.

Annotation. The purpose of this article is to study the essence of the ecosystem approach in the development of creative industries at the regional level, analyze the constituent elements of the creative ecosystem, substantiate the directions for growth and support of creative industries as a component of the regional creative ecosystem. **Methodology of research.** The solution of the tasks set in the article is carried out with the help of the following general scientific and special research methods: analysis and synthesis, systematization, comparison and generalisation and dialectical approach. **Findings.** The carried out analysis made it possible to determine peculiarities of the application of the ecosystem approach as a tool for the development and support of creative industries at the regional level in modern conditions. We also identified and substantiated trends and peculiarities of the development of creative industries in Ukraine in modern conditions, amongst which we highlighted the following particularities: strengthening the institutional capacity of creative industries, the growth of the economic potential of this sector, demonstrating high creative potential and active involvement in global cultural trends, low level of cooperation between various sectors of creative industries; weak interaction of creative industries with authorities, businesses and other partners. It is determined that the ecosystem approach describes successful entrepreneurship as a process resulting from the interaction between entrepreneurs and the environment, as well as dynamic local social, institutional and cultural processes of the participants that encourage and facilitate the formation and growth of new firms. In the course of the study, the attributes and characteristics of entrepreneurial and creative ecosystems were encountered, attention was focused on the main points related to the application of the ecosystem approach to the development of creative industries at the regional level. Strategic directions for the formation of creative ecosystems at the regional level are offered. **Practical value.** The proposed recommendations are aimed at identifying new growth opportunities for the creative industry sector based on an ecosystem approach at the regional level.

Keywords: entrepreneurship, creative entrepreneurship, ecosystem, entrepreneurial ecosystem, creative ecosystem, creative industries, regional development.