

В законодательстве должны быть учтены и защищены от всех непредвиденных рисков интересы сельскохозяйственных производителей, связанные с особенностями данного сектора экономики.

Государственные власти обязаны в своих решениях и законодательных актах соблюдать интересы

аграрного сектора. Только при таком подходе сельское хозяйство сможет успешно развиваться и производить конкурентоспособную продукцию, модернизировать производство и внедрять инновации и тем самым развиваться в направлении формирования экономики знаний.

#### Список литературы:

1. Конева И.И. Инвестиционное развитие сельского хозяйства Украины / И.И. Конева [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <file://investitsionnoe-gazvitie-selskogo-hozyaystva-ukrainy.pdf>.
2. Державна служба статистики: Інвестиції та основні засоби [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року / За ред. Ю.О. Лупенка, В.Я. Месель-Веселяка. – К. : ННЦ ІАЕ, 2012. – 218 с.
4. Артемова Е.И. Инвестиции и инновации / Е.И. Артемова, И.А. Бурса, А.В. Капусткин // Бизнес в законе. – 2012. – С. 298–301.
5. Лупенко Ю.О. Розвиток аграрного сектора України: прогнози та перспективи / Ю.О. Лупенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <file://2-4-2-2015-5.pdf>.

УДК 338.012

**Проскуріна М.О.**, к.е.н., доцент  
*Київський університет культури*

### СТРУКТУРА МУЗИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

**Проскуріна М.О. Структура музичної індустрії.** У статті розглянуто музичний сектор як сферу економічної діяльності та індустрію, яка тісно пов'язана з іншими сферами креативного сектору (зокрема, з телебаченням, радіомовленням та індустрією виконавських мистецтв). Запропоновано структуру музичної індустрії. Досліджено досвід Великобританії. На прикладі Англії виявлено тенденції розвитку музичної індустрії, специфіку споживання музичного продукту та зрушення у джерелах доходів музикантів. Також виокремлено сфери діяльності музиканта.

**Ключові слова:** культурні індустрії, музична індустрія, рекординг, експорт, креативний сектор.

**Проскуріна М.О. Структура музыкальной индустрии.** Статья посвящена музыкальной индустрии как сфере экономической деятельности и индустрии, которая тесно связана с другими креативными индустриями (в частности, с телевидением, радиовещанием и индустрией исполнительских искусств). Предложена структура музыкальной индустрии. Исследован опыт Великобритании. На примере Англии выявлены тенденции развития музыкальной индустрии, специфика потребления музыкального продукта и изменения в источниках доходов музыкантов. Также выделены сферы деятельности музыканта.

**Ключевые слова:** культурные индустрии, музыкальная индустрия, рекординг, экспорт, креативный сектор.

**Proskurina M.O. The structure of the music industry.** The article is devoted to the music industry as a sphere of economic activity and industry, which is closely connected with other creative industries, in particular with television, broadcasting and the performing arts industry. The structure of the music industry is proposed. The experience of Great Britain has been studied. On the example of England, the tendencies in the development of the music industry, the specific consumption of the music product and changes in the sources of income of musicians have been revealed. Areas of activity of the musician are also highlighted.

**Key words:** cultural industries, music industry, recording, export, creative sector.

**Постановка проблеми.** Світова економічна система пережила глибокий та руйнівний спад у 2008 р., наслідки якого ще дають про себе знати. Це економічне потрясіння позначилося на підходах до державного регулювання соціально-економічної

сфери. Натепер важко сказати про успішність окремих заходів чи напрацювання єдиного комплексу універсальних рецептів виходу з економічної кризи. В умовах динамічного розвитку світової економічної системи швидкість прийняття максимально

коректних рішень стає запорукою довгострокового виживання країни та забезпечення добробуту населення. Виходячи з цих позицій, досвід розвинутих країн світу викликає значний інтерес.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проведені дослідження в основному стосуються культурних та креативних індустрій загалом (Д. Тросбі (D. Throsby), Т. Флю (T. Flew), Д. Хезмондалш (D. Hesmondhalgh)). Проте дослідження теоретичних основ музичної індустрії ще не набуло популярності.

**Постановка завдання.** Метою статті є аналіз музичного сектору та його структуризація як сфери економічної діяльності.

**Виклад основних результатів.** Уряд Великобританії зробив творчий сектор пріоритетним у своїй новій промисловій стратегії. Це свідчить про те, що представники галузі називають потенційно «новим, сміливим та образним розумінням бізнесу». Було зазначено, що сектор креативних індустрій є одним із п'яти секторів, якому було приділено особливу увагу у «Зеленій книзі» Промислової стратегії. Це є передумовою формування подальшої економічної політики та знайде своє відображення в системі законодавства. Креативні індустрії офіційно визнані частиною британської промислової стратегії. Такий крок свідчить про становлення нового розуміння підприємницької діяльності та ведення бізнесу в XXI ст.

Інтеграція творчих галузей у промислову стратегію зумовлено темпами зростання, які демонструє цей сектор протягом останніх років. Його зростання перевищує більшість секторів промисловості Великобританії. За статистичними даними Уряду креативний сектор продукує 8,8 мільйонів фунтів стерлінгів на годину. Вартість креативних індустрій у Великобританії сьогодні становить 71,4 млрд. фунтів стерлінгів. Лише у 2012 р. він зріс на 10%. Джон Рострон зазначає, що сектор культурних і креативних індустрій у Великобританії за обсягами поступається лише фінансовому [6].

У новій стратегії промислового розвитку, в якій сектор ККІ включений до переліку стратегічно важливих галузей, виокремлено «Музичну індустрію» та «Індустрію комп'ютерних ігор» як такі, що мають значний економічний потенціал.

Обсяги економіки музичної індустрії становлять приблизно 4,1 млрд. фунтів стерлінгів. Музична індустрія охоплює концертно-гастрольний бізнес, рекордингову індустрію, послуги продюсерських центрів та експорт.

Економічний ефект від проведеного концерту не обмежується винятково гонораром виконавця. Він складається також із вартості супутніх послуг та спожитих і придбаних під час музичного дійства товарів проміжного та кінцевого споживання (алкоголь, їжа, таксі, готелі чи кемпінг, сувенірна продукція, права на трансляцію, право на відео та звукозапис та ін.).

Музична індустрія залучає фінансування через реалізацію культурного продукту, а також через маркетинг та промоцію.

На рис. 1 представлено схематичну структуру музичної індустрії. Метою є визначення ролі кожного гравця щодо виконавця. Основними гравцями на ринку є рекордингові організації (Label), музичні видання (publisher), концертні організації (booking) та маркетингові агенції. Діяльність трьох перших суб'єктів відбувається навколо авторських прав на музичний продукт. Авторські права виступають у трьох основних формах: авторські, виконавські та суміжні.

Рекордингова організація, або лейбл, насамперед займається створенням та розповсюдженням фонограм під своєю торговою маркою. Використовують насамперед суміжні права – фонограми та виконання. До основних функцій належать випуск дисків, поширення в цифровому середовищі, розміщення фонограм в угодах синхронізації та створення аудіовізуального продукту, передача на радіо та телебачення. Лейбл розповсюджує фонограми через свою мережу партнерських. Ця організація орієнтується саме на музичний продукт, а не на артиста. Механічне використання авторських прав.

Паралельно з лейблом можуть працювати окремі дистриб'ютори, які виконують роль посередників між лейблами, музикантами та ринком.

Іншим важливим гравцем є музичні видання (publisher). Їх основне завдання – збір авторської винагороди. Вони виконують функцію розповсюдження та адміністрування авторських прав. Розрізняють пасивні та активні видання:

- пасивні – винятково збирають винагороду;
- активні – збирають винагороду та продають авторські права.

Концертні агенції допомагають організувати концерти або продають концерти. Відповідають за взаємодію з концертними майданчиками. Відповідають за організацію заходу та його промоцію. Враховують умови логістики, задовольняють вимоги, висловлені в райдерах (технічні та побутові). Деякі концертні майданчики є концертними агенціями.

Маркетингові агенції відповідають за розміщення артиста на ринку. На відміну від усіх інших гравців, що працюють за відсоток від реалізованої продукції, маркетингові агенції працюють повністю за кошт артиста.

Середовище діяльності музиканта та музичних продюсерів є дуже мінливим, складним та динамічним. Його аналіз потребує системного та міждисциплінарного підходів. Виходячи з того, що з моменту введення в науковий обіг поняття «культурна індустрія» в першій половині XX ст. воно еволюціонувало до поняття «креативні індустрії» на початок XXI ст., зрозумілою стає складність та унікальність середовища кожної з індустрій. На прикладі середовища музичної індустрії ми можемо простежити взаємозв'язок креативних індустрій (рис. 2).

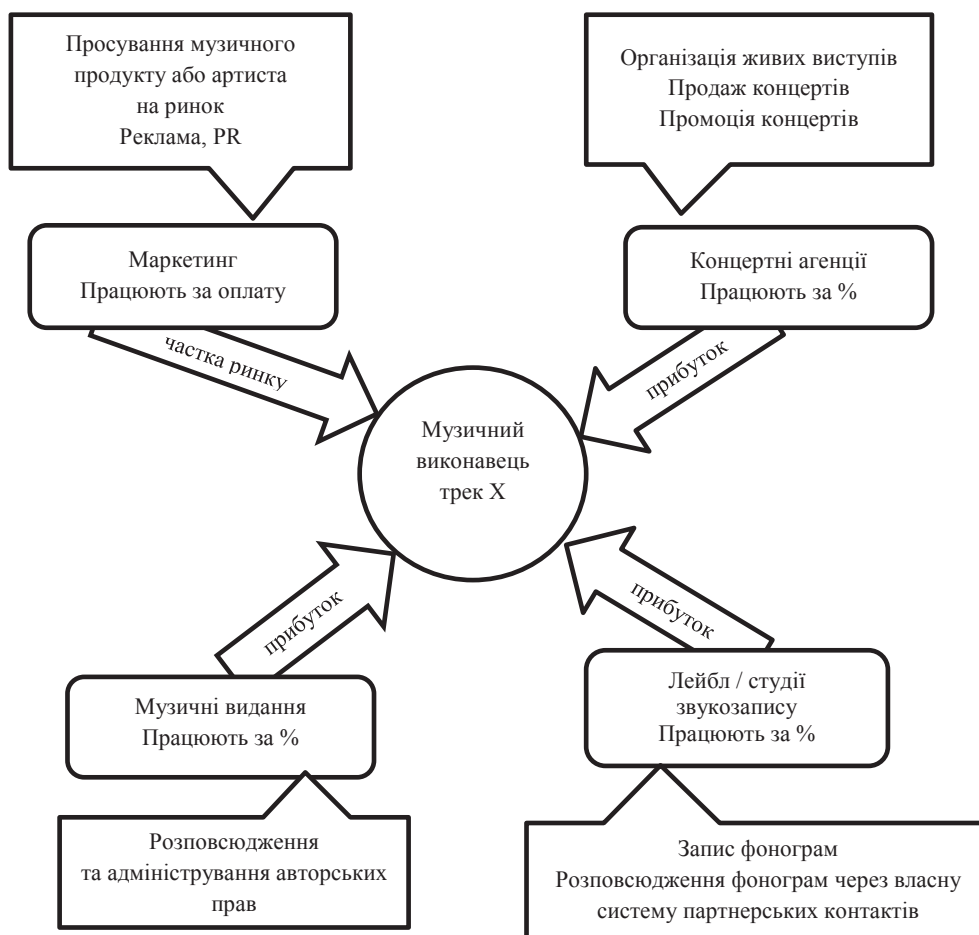


Рис. 1. Структура музичної індустрії

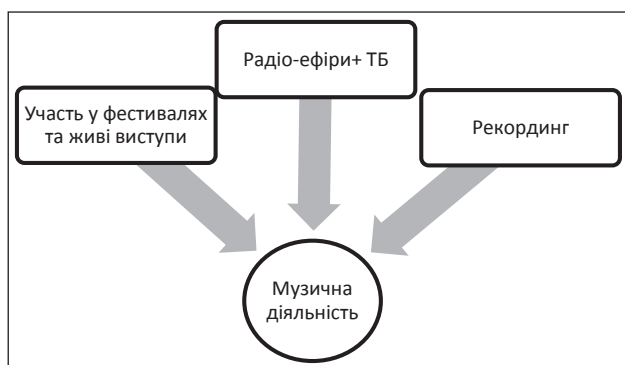


Рис. 2. Середовище функціонування сучасного музичного виконавця

Базовим видом діяльності музиканта є живе представлення власного продукту на фестивалях і концертах. Рекординг базується на поєднанні культурного продукту та сучасних техніки і технології, оскільки спрямований на запис та масове тиражування музичного продукту. Телебачення та кіно є прикладами синхронізації та створення цілісного аудіовізуального продукту. Доцільним є використання всіх зазначених сфер із метою максимізації аудиторії слухачів.

Основним викликом сучасної музичної індустрії є широке застосування нових технологій та техніки. Традиційний аналоговий бізнес як один з інструмен-

тів отримання прибутку зазнав стрімких змін через специфіку сучасного споживання, яке стає мобільним, миттєвим та зорієнтоване не на альбом, а на окремі треки. Боротьба з піратством через блокування контенту не дала результату і навіть зашкодила.

Зростання ролі стрімінгу суттєво вплинуло на музичний ринок. І хоча цей сектор забезпечив лише 1% ВДВ в 2015 р., проте спричинив суттєві зміни в бізнес-середовищі та процесі формування репертуару виконавців. Решта індустрії зросла за останні чотири роки в середньому на 17%. Особливого розквіту зазнав сектор концертно-гастрольної діяльності, в основі якого лежить живе виконання.

І тоді як сектор рекордингу поступово скорочується, сегмент уречевленого музичного продукту залишається відносно стабільним. У 2015 р. падіння обсягів продажу компакт-дисків на 3,9% було найменшим із 2005 р. Повернення до вінілових платівок демонструє зростання протягом останніх трьох років продажів на понад 60%. Загалом з'явилися передумови до зростання рекордингової індустрії в найближчі роки.

Однією з гострих проблем музичної індустрії є незбігання між попитом на музику та доходами від деяких цифрових сервісів, які фінансуються за рахунок реклами. Основною проблемою в цьому разі є протекціоністські заходи та застаріле законодавство.

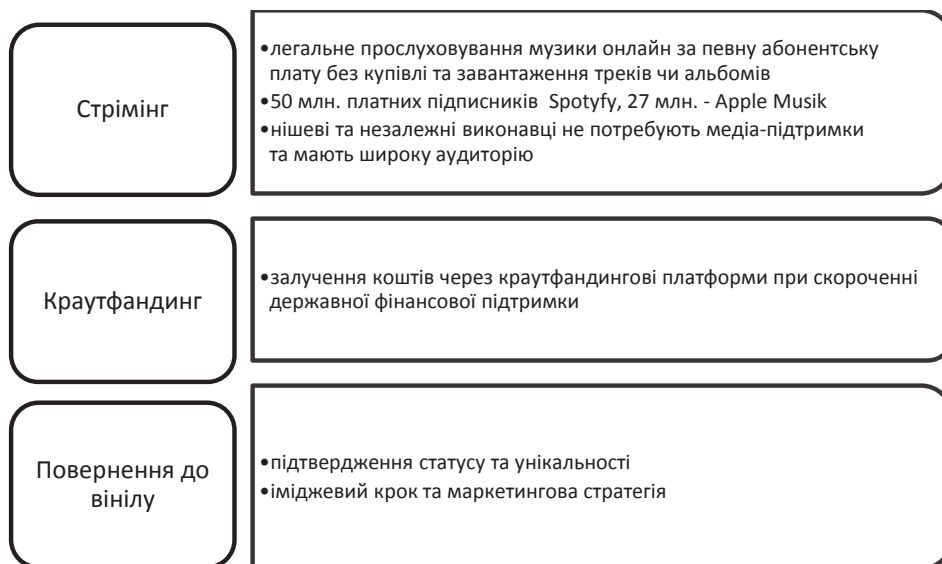


Рис. 3. Світові тенденції сучасної музичної індустрії

Такі сервіси, як Apple, Spotify і Tidal забезпечили доступ до широкого кола слухачів і продукують додану вартість.

Відбувається розвиток живих виступів та фестивалів, зокрема мало- та середньоформатних фестивалів, зорієнтованих на конкретну цільову аудиторію з відповідними лайнапами.

У Великобританії дуже розвинутий музичний туризм, у середньому понад 767 тис. відвідувачів із-за кордону [6]. Проте є низка факторів, які в перспективі можуть ускладнювати розвиток цього бізнесу. Брексит позначився на музичній індустрії таким чином:

- оплата в місцевих валютах через коливання курсу фунту;
- нюанси з візами, що становить певні складнощі для вільного руху людей;
- посилення конкуренції на фестивальному ринку через велику кількість фестивалів із дешевими квитками на континенті (в межах ЄС);

– віддалення на культурному рівні від континентальних країн може знизити попит на музичну продукцію Англії.

Аналітичні дані надихають та підкреслюють перспективність цього сектору: 4,1 млрд. фунтів стерлінгів – валова додана вартість, експорт сягає 2,2 млрд. і забезпечується 119 020 робочих місць. Сприятлива інвестиційна політика уряду забезпечує розвиток цього сектору. Відбувається перегляд податкового законодавства, робота з інституціями, пов'язаними з музичною сферою (школи, оркестри, консерваторії), організація лотерей.

Вимірювальна музика 2016 року повідомляє про чотири роки сильних та стійких економічних результатів із записаної, опублікованої та живої музики.

Британська музика є важливим сектором британської креативної економіки та однією з передумов стабільного економічного зростання. Виконавчий директор UK Music Джо Діппл зазначає важливість участі держави у розбудові цього сектору [10]. Музична індустрія розглядається як м'яка сила – інструмент впливу на глобальному рівні.

Економічні результати музичної індустрії демонструють досить позитивні тенденції (рис. 4).

Проведені економіко-статистичні вимірювання музичної індустрії у Великобританії дають можливість економістам аналізувати тенденції на новому та перспективному ринку. За останні кілька років із моменту початку спостережень індустрія продемонструвала стабільне зростання навіть в умовах економічної кризи. Протягом цього періоду частка ВДВ зростає в середньому на 13%, а експорту та зайнятості – на 30% і 14% відповідно, що перевищило результати багатьох інших галузей економіки. Зростання

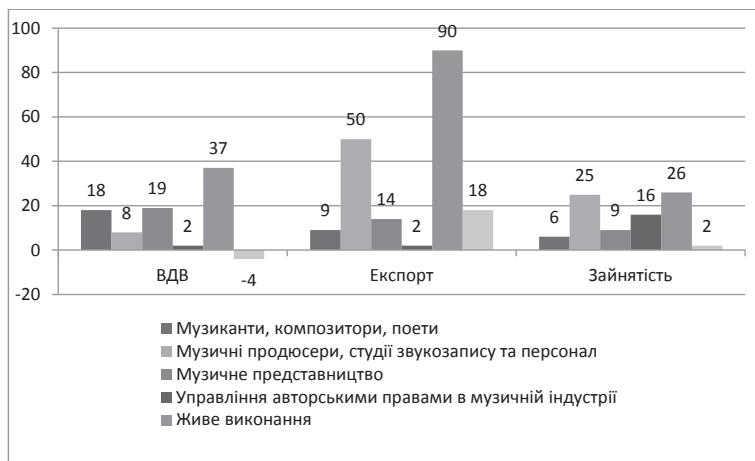


Рис. 4. Структурні зрушення в музичній індустрії за 2012–2015 рр. у %

зайнятих у цій індустрії підтверджує припущення про тенденції до стійкого розширення в середньостроковій перспективі.

Цікавими є тенденції у структурних зрушеннях субіндустрій. Зокрема стрімке зростання експорту живої музики говорить про динаміку в концертно-гастрольній індустрії та збільшення загальної аудиторії слухачів, які взяли участь у музичних заходах з участю англійських виконавців. І хоча за період 2014–2015 рр. відбулося скорочення на 2% (до 3,7 млрд. фунтів стерлінгів) частки цього субсектору музичної індустрії у структурі ВДВ, загалом на середньостроковій динаміці це суттєво не позначилося. Це було зумовлено скороченням кількості місцевих музичних центрів та центрів культури, які були пов'язані з музичним сектором, закриттям концертних майданчиків. Із цих діаграм стає очевидним, що на сучасному етапі саме концертно-гастрольний бізнес є рушійною силою розвитку галузі.

Динаміка експорту послуг у сфері продакшену, яка охоплює роботу продюсерських центрів, студій звукозапису та спеціально підготовленого персоналу, цілком передбачувана та зумовлена техніко-технологічним оснащенням цієї галузі в Англії, а також системою підготовки фахівців. Це дало змогу на сучасному етапі створити підґрунтя для надання спеціалізованих послуг на високому рівні та забезпечити конкурентну перевагу британським компаніям.

Британська музика продовжує домінувати у всьому світі, зайнявши 17% світового музичного ринку. У 2015 р. п'ять із десяти найбільш відомих виконавців у світі були британськими, а 1 із 6 альбомів, придбаних у всьому світі, були випущені виконавцями з цієї країни. Значне зростання експорту музичних записів разом зі збільшенням доходів, отриманих від стрімінгу, свідчать про позитивні тенденції на майбутнє.

Рекордінгова індустрія є більш експортною сферою, як і інші культурні та креативні індустрії. Поте, враховуючи можливі наслідки брекситу, як виробникам, так і уряду необхідно буде віднайти способи збереження експортної потужності в умовах обмеженості внутрішнього ринку та постійно зростаючого креативного потенціалу. Галузь продовжує розвиватися, зростає кількість творців та інших груп працівників, а отже, забезпечення адекватних і стабільних доходів стане важливим питанням у найближчій перспективі.

Протягом останніх років спостерігається закріплення ринку записаних альбомів, відчутне зростання продажів вінілових альбомів. Можна припустити наявність передумов для буму в Англії музики на фізичних носіях. В інших країнах схеми споживання музики значно змінилися. Зростання обсягів цифрових завантажень сповільнився, оскільки споживачі переходять на потокове прослуховування. Це уповільнення компенсувалося збільшенням потокової (стрімінгової) підписки, що свідчить про величезний ріст за період 2012–2015 рр. із 106 до 251 млн. фунтів стерлінгів [11]. За умови скорочення в прибутках за рахунок інших носіїв можна дійти висновку про те, що саме стрімінг сьогодні є рушійною силою та провідним інструментом продажів музичних записів. З графіка видно, що позитивну динаміку мають саме цифрові носії та стрімінг. Розповсюдження піратських копій стабільно тримається на рівні 7–10%. Роль цифрових інструментів поширення та продажу музичної продукції суттєво впливає на бізнес-моделі музичних індустрій. Постає питання гарантії авторських прав та винагороди за їх використання, а також питання адекватної оплати за створений продукт та можливості його споживання. Зрозумілою стає необхідність модернізації механізмів реалізації авторського та суміжного прав із метою забезпечення достойної оплати праці працівників музичних індустрій.

**Висновки.** Британська музична індустрія адаптується до мінливого комерційного ринку, а споживачі музичного продукту демонструють еволюціонуючі моделі споживання. Її приклад доцільно досліджувати, користуючись статусом Англії як піонера економічних інновацій. Протягом останніх чотирьох років спостерігається масовий перехід від придбання у власність (купівля дисків та записів, завантаження) до потокового споживання. Платні послуги потокової підписки, такі як Apple Music, Spotify і Tidal, забезпечують значний приріст економіки цифрової музики та певною мірою компенсують спад у цьому секторі. Отже, потокова підписка є запорукою подальшого зростання галузі. Вартість цих платних послуг зросла з 106 млн. фунтів стерлінгів у 2013 році до 251 млн. фунтів стерлінгів у 2015 році. Проте реалізація потенційного зростання потокової підписки залежить від ринку, який діє ефективно та справедливо. Більш широкі дискусії щодо винагороди власників прав із послуг, які транслюють вміст, завантажений користувачем, ще ніколи не були в центрі уваги.

#### Список літератури:

1. Гіп Гагоорт. Менеджмент мистецтв. Підприємницький стиль / Переклав англійською Богдан Шумилович. – Львів: Літопис, 2008. – 360 с.
2. Тросби Д. Экономика и культура / пер. с англ. И. Кушнareвой; Нац. исслед. Ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2013. – 256 с.
3. Тульчинский Г.Л., Шекова Е.Л. Менеджмент в сфере культуры: Учебное пособие. 4-е изд., испр. и доп. – СПб. : Издательство «Лань»; «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2012. – 528 с.
4. Тульчинский Г.Л. Маркетинг в сфере культуры / Учебное пособие. – С.-Петербург. – 2011. – 182 с.
5. Хезмондалш Д. Культурные индустрии / пер. с англ. И. Кушнareвой; под ред. науч. ред. А. Михалевой; Нац. исслед. Ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. – 465 с.

6. Шейко В. Як працює одна з найуспішніших музичних індустрій: досвід Великої Британії / LB.ua від 16 червня 2017 14:30. [https://lb.ua/culture/2017/06/16/369272\\_yak\\_pratsyuie\\_z\\_nayuspishnishih.html](https://lb.ua/culture/2017/06/16/369272_yak_pratsyuie_z_nayuspishnishih.html).
7. Contribution to Poverty Alleviation : Project XP/RAS/05/002 As a Joint Initiative by UNIDO and UNESCO. – Режим доступу до веб-сторінки: [http://www.unido.org/fileadmin/import/69264\\_creative\\_industries.pdf](http://www.unido.org/fileadmin/import/69264_creative_industries.pdf).
8. Creative Industries: Contracts between Art and Commerce (New Edition (2nd & Subsequent) / 1st Harvard University Pres) Paperback – by Richard E. Caves.
9. European Commission. Green Paper: Unlocking the potential of cultural and creative industries. Brussels, 2010. – Режим доступу до веб-сторінки: [http://www.saksala.org/pdf-files/GreenPaper\\_creative\\_industries\\_en.pdf](http://www.saksala.org/pdf-files/GreenPaper_creative_industries_en.pdf).
10. Measuring Music, UK Music. Report 2016. UK Music 2016.
11. Music consumption in Great Britain from 1st quarter 2011 to 3rd quarter 2017, by format. Режим доступу: <https://www.statista.com/statistics/289089/music-consumption-in-great-britain-by-format/>.

УДК 338.24:658.114.2(045)

**Смерічевська С.В.**, д.е.н., професор,  
професор кафедри логістики  
*Національний авіаційний університет*  
**Ковальов А.В.**,  
заступник директора  
*ТОВ «Polycar» (м. Київ)*

## МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ПАРТНЕРСЬКОЇ ВЗАЄМОДІЇ У КЛАСТЕРНИХ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУРАХ

**Смерічевська С.В., Ковальов А.В.** Механізм забезпечення ефективної партнерської взаємодії у кластерних організаційних структурах. У статті запропоновано комплекс інструментів підвищення довіри серед учасників кластера як основи забезпечення ефективності кластерних структур: розкрито стимулююча роль механізму взаємодовідування учасників кластера; обґрунтована необхідність формування кластерного мислення; сформовані вимоги до стратегічного контракту між кластерними партнерами та визначено його мотиваційно-регулюючий вплив на розвиток економічної довіри в кластерних структурах; запропонована методика критеріальної оцінки надійності учасників кластера; доведена потреба формування спеціальної інфраструктури кластерного розвитку.

**Ключові слова:** кластерні структури, інструменти довіри, шеренгові відносини, кластерне мислення, стратегічний контракт, надійність партнерства, кластерна інфраструктура.

**Смеричевская С.В., Ковалев А.В.** Механизм обеспечения эффективного партнерского взаимодействия в кластерных организационных структурах. В статье предложен комплекс инструментов повышения доверия среди участников кластера как основы обеспечения эффективности кластерных структур: раскрыта стимулирующая роль механизма взаимодовидования участников кластера; обоснована необходимость формирования кластерного мышления; сформированы требования к стратегическому контракту между кластерными партнерами и обосновано его мотивационно-регулирующее влияние на развитие экономического доверия в кластерных структурах; предложена методика критериальной оценки надежности участников кластера; доказана необходимость формирования специальной инфраструктуры кластерного развития.

**Ключевые слова:** кластерные структуры, инструменты доверия, шеренговые отношения, кластерное мышление, стратегический контракт, надежность партнерства, кластерная инфраструктура.

**Smerichevska S.V., Kovalov A.V.** Mechanism for ensuring effective partnership interaction in cluster organizational structures. The article proposes a set of tools for increasing the trust among cluster participants as the basis for ensuring the efficiency of cluster structures. The stimulating role of the mechanism of mutual lending of cluster participants is revealed. The necessity of formation of cluster thinking is substantiated. The requirements for a strategic contract between cluster partners are formed and its motivational and regulatory influence on the development of economic confidence in cluster structures is determined. The method of the criterial assessment of the reliability of the cluster participants is proposed. The need to form a special infrastructure for cluster development is proved.

**Key words:** cluster structures, trust instruments, rank relations, cluster thinking, strategic contract, partnership reliability, cluster infrastructure.