

DOI: 10.25140/2411-5215-2021-4(28)-61-67

УДК 303.722.4-026.15

JEL Classification: O100

*Галина Самійленко*кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та державної служби  
Національний університет (Чернігів, Україна)E-mail: [galinamy@ukr.net](mailto:galinamy@ukr.net). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6844-647X>ResearcherID: [V-9327-2018](https://orcid.org/0000-0001-6844-647X)

## СУТНІСНА ТА СТРУКТУРНА ХАРАКТЕРИСТИКА КРЕАТИВНОГО КЛАСТЕРА

Стаття присвячена сутнісній та структурній характеристиці креативного кластера як одного з видів організації креативного простору. З метою чого в роботі досліджено сутність креативного кластера на основі вивчення понять «кластер» та «креативність». З врахуванням розуміння даних дефініцій, а також наведених різноманітних поглядів як вітчизняних, так і закордонних учених щодо поняття «креативний кластер», запропоноване власне тлумачення цієї категорії. Розглянуті цілі та задачі креативних кластерів у процесі їх формування та функціонування, наведені ознаки креативних кластерів. Також у межах цієї статті були виокремлені структурні елементи креативних кластерів та з'ясовано переваги та позитивні наслідки їх функціонування та розвитку на певній території.

**Ключові слова:** креативні індустрії; кластери; креативність; креативний простір; креативний кластер; ревіталізація.

Рис.: 2. Табл.: 1. Бібл.: 11.

**Постановка проблеми.** Останні десятиліття ХХ століття можна охарактеризувати посиленням процесів глобалізації в усіх сферах соціально-економічного розвитку країн світу. В економічних процесах з'являються нові рушійні сили та важелі, економічні системи країн світу починають співпрацювати та перемержуватися між собою, створюючи єдину систему, єдиний простір. Поява та розвиток цифровізації пришвидшив процес генерування інноваційних технологій, який вимагає налагодження взаємодії великої кількості науковців, розробників, дослідників різних сфер діяльності та їхньої спільної роботи над створенням нових ідей, проєктів та їх комерціалізації, що привело до виникнення таких складових нової економіки, як промисловий Інтернет речей, блогосфера, віртуальна реальність тощо. За таких умов креативність, творчість, інноваційність стають провідними чинниками економічного розвитку, які спрямовані на здолання диспропорцій, розбалансованості соціально-економічної сфери, застосовуючи безмежний ресурс людської творчості, що надало можливості виділити такий новий сектор економіки, як креативні індустрії.

Отже, на тлі грандіозних, епохальних перетворень, традиційний індустріальний етап розвитку змінився концепцією «креативних індустрій», згідно з якою джерелом формування доданої вартості та створенням нових робочих місць є реалізація діяльності з виробництва й застосування інтелектуальної власності. Практичним аспектом даної концепції слід вважати створення креативних кластерів, які в загальному плані являють собою об'єднання самостійних творчих підприємств. Перманентність кризових явищ нашої країни, військові дії викликають потребу в пошуку нових напрямів розвитку, інструментів піднесення добробуту. З цього погляду потенціал креативних кластерів можна вважати одним із провідних векторів розвитку та основою відродження економіки України.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вивченню питань, які стосуються класифікації креативних індустрій, різноманітних процесів утворення та діяльності креативних кластерів, присвячені праці таких закордонних учених, як Дж. Еванса, Н. Кліфтона, П. Кука, Ч. Лендрі, А. Маршалла, М. Портера, Л. Де Пропріс, Т. Флемінга, Р. Флоріди, Й. Хоукінса тощо. Серед вітчизняних науковців з цієї теми слід відзначити таких: Б. Буркинський, П. Бубенко, І. Вахович, Т. Галахова, І. Осаул, І. Скавронська, І. Турський, О. Чуль та ін.

**Виділення недосліджених частин загальної проблеми.** Проте незважаючи на наявні наукові праці, вищезазначені питання є не до кінця вивченими, зокрема, дослідженню сутнісних характеристик та структурним аспектам кластерних структур як одного з виду організації креативного простору не приділено достатньої уваги, що пояснює вибір теми статті, її мету та завдання.

**Мета статті** полягає в дослідженні та з'ясуванні сутності, ознак та структурних складових креативного кластера як одного з видів креативного простору.

**Виклад основного матеріалу.** У процесі трансформації від індустріального етапу розвитку до постіндустріального набуває швидкого розвитку креативна економіка, що базується на інтелектуальній діяльності, продукуванні нових ідей та знань, креативній уяві. Творчий потенціал стає найважливішим виробничим ресурсом. Отримані внаслідок творчого процесу результати, які можна представити на ринку, приводять до формування творчих виробництв, підприємств, їх сукупностей та спільнот, що, у свою чергу, є підґрунтям для створення креативних кластерів.

З метою дослідження сутності поняття креативного кластера, необхідно, на нашу думку, дослідити поняття кластер та креативність.

Кластер являє собою сукупність взаємопов'язаних компаній, підприємств певної сфери діяльності, що розташовані поблизу один від одного [1, с. 127]; спільноту фірм суміжних видів діяльності, які технологічно та інформаційно пов'язані між собою, що позитивно впливає на підвищення рівня конкурентоспроможності [2, с. 200]. Таким чином, кластери як інтегровані утворення отримують синергійний ефект та виступають точками зростання економіки як на державному, так і на регіональному рівнях. До особливостей кластерних утворень у порівнянні з іншими новітніми формами оптимізації господарських зв'язків слід віднести: велику кількість суб'єктів господарювання; конкуренція та співробітництво (компанії, які конкурують між собою в межах кластера починають співробітництво заради реалізації потенціалу території та її конкурентних переваг); гнучкість, адаптивність та динамічність функціонування даної форми організації; наявність синергійного ефекту (який проявляється в тому, що загальний результат від співробітництва в кластері більше, ніж досягнення кожної окремої її складової).

Водночас креативність у загальному розумінні – це творчий потенціал, творчі якості та здібності окремого індивіда, що спроможні продукувати нетривіальні ідеї, швидко та неординарно вирішувати проблемні ситуації завдяки пошуку та прийняттю нових оригінальних рішень. Такий підхід до розуміння креативності приводить до дефініції «креативна людина» або «креативна особистість», під якою розуміють потяг до нових знань, умінь, навичок та застосування їх для генерування нових ідей, отримання креативних, унікальних результатів, новацій. Саме на цьому рівні відбувається започаткування креативної діяльності, яка згодом поширюється на всі складові економічних відносин. Виникнення креативності в окремій людині дає поштовх для її поширення на інші, більш вищі рівні: починаючи від рівня підприємства, і завершуючи мегарівнем, який включає в себе світову економічну систему. Отже, можна говорити про те, що креативність є головною якістю сучасної людини та провідною ознакою сьогодення.

Саму ж креативність можна окреслити такими властивостями, як гнучкість, швидкість, критичність, оригінальність, чутливість, ризикованість інтегрованість, результативність [3].

З огляду на вищезазначене, наступним кроком нашого дослідження вбачається вивчення поняття креативного кластера. З цією метою було розглянуто думки науковців та провідних установ щодо розуміння цього поняття (табл. 1).

Відповідно до вивченої інформації, пропонується під креативним кластером розуміти багатofункціональний креативний простір, що об'єднує представників творчих професій та підприємців у сфері мистецтва, культури, науки задля генерування ідей.

Таблиця 1

## Визначення поняття «креативні кластери»

Автор	Визначення	Джерело
Еванс С.	співтовариство творчо орієнтованих підприємців, які взаємодіють на замкнутій території	[4]
Ліза Де Пропріс	місце, що об'єднує творчих людей, які мають спільні інтереси до подій, але необов'язково в тій самій сфері; середовище, що поєднує різноманітність, ініціативу або свободу вираження думок (поглядів)	[5; 6]
Р. Флорида, Н. Кліфтон, П. Кук	це географічне скупчення творчих професіоналів, а не підприємств.	[7]
Давимука С. А., Федулова Л. І.	це місце, яке об'єднує на своїй території творчих підприємців, культурних діячів і митців, тобто спільноту творчо орієнтованих підприємців, які взаємодіють на замкнутій території.	[8, с. 429]
Jason Potts	це місце, де продукти не лише виробляються, але і споживаються	[9]
Лондонська агенція з розвитку	Цілі креативних кластерів можуть бути як соціальні, так і підприємницькі, як культурні, так і експансивні, а незначущі фактори для інших галузей тут мають вирішальне значення	[10]

Джерело: складено автором.

Креативний простір – це простір, який є необхідною умовою для творчої самореалізації з метою виявлення та розкриття талантів населення, а також вільного їх прояву. Креативний простір – це громадський майданчик, який, маючи власну інфраструктуру, дає змогу проводити різноманітні заходи, об'єднувати навколо себе небайдужих людей, партнерів, залучати майбутніх працівників, з якими можливе створення та реалізація як соціальних, так і комерційних ідей, проектів тощо. Отже, створення таких просторів формує позитивне творче середовище.

Дослідження процесів формування та функціонування креативних кластерів дають змогу виокремити їхні характеристики в контексті реалізації ними мети та завдань (рис. 1).



Рис. 1. Напрями основних цілей та задач креативних кластерів

Джерело: сформовано авторкою на підставі [4; 6; 8].

Наступним важливим аспектом дослідження в межах цієї теми є виокремлення та характеристика ознак креативних кластерів (рис. 2).

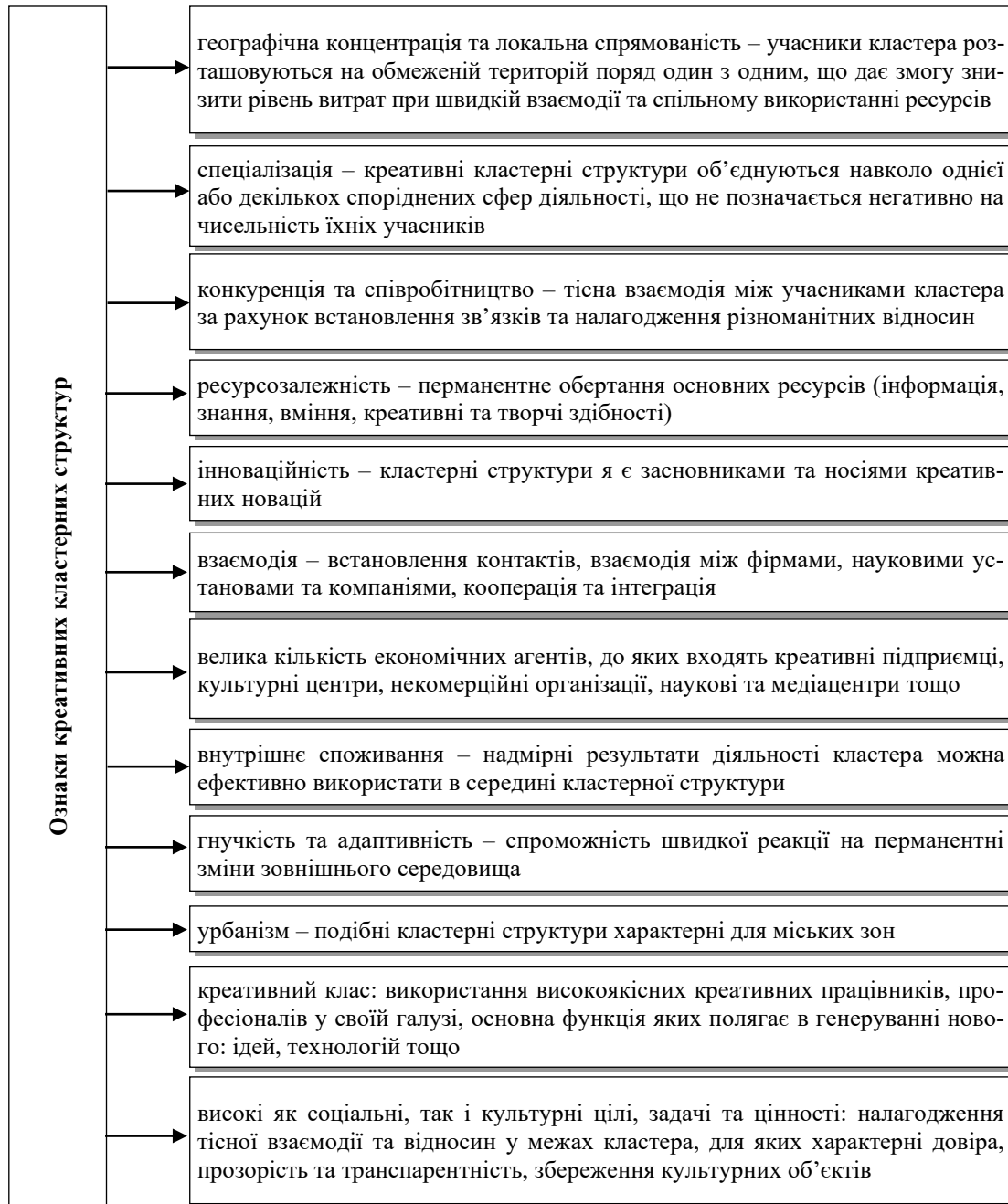


Рис. 2. Характерні риси креативних кластерних структур

Джерело: сформовано авторкою на підставі [7-9; 11].

Крім цього, необхідно також виділити таку особливість утворення креативних кластерів в умовах функціонування постіндустріального періоду, яка пов'язана з потребою зі значно меншого місця для виробничих процесів за рахунок застосування новітніх технологій. Таким чином, велика кількість будівель, які раніше слугували для виробничого призначення, отримують «друге життя» в процесі функціонування креативних індустрій. Креативні кластери з'являються дуже часто внаслідок опанування об'єктів та територій промислового призначення, які припинили свою діяльність через скорочення виробничих процесів, що дає змогу концентрувати там місця для креативності, творчо-

## ТЕОРЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

сті та їх представлення у вигляді створення галерей, майстерень тощо. Креативний кластер можна вважати культурним центром, який включає в себе творчих людей, митців, діячів у сфері культури, тобто всю сукупність людей, які являють собою підприємців з творчим спрямуванням, що співпрацюють між собою в межах певного обмеженого простору, території. Подібні місця використовуються не тільки для практичної діяльності, роботи, а також для комунікації, спілкування, обміну думками, продукування ідей, життя. А отже, як в Україні, так і за її межами набуває обертів тренд з організації креативних кластерів а території занедбаного заводу. Відбувається ревіталізація старих приміщень, промислових об'єктів, та створення на їхній території креативних просторів для проведення різноманітних соціально-культурних та бізнесових заходів і проєктів. Велика площа подібних креативних кластерів дає змогу розташувати одночасно кілька творчих місць на кшталт творчих майданчиків, майстерень, галерей, студій тощо.

Розглядаючи структуру креативного кластера, слід виділити такі основні складові:

- ідея, яку можна вважати ядром кластера;
- простір, який формується навколо ідеї, що представляється у вигляді виставкових зал, конференц-залів тощо).

Таким чином, можна виокремити чинники, які позитивно впливатимуть на створення креативних кластерів:

- по-перше, це наявність творчих людей, професіоналів та їх співпраця, взаємодія, спільна праця;
- по-друге, місце функціонування, на кшталт, професійних локацій, творчих округів, хабів, креативних міст тощо);
- по-третє, наявність ринку відносно створених креативних продуктів та послуг;
- по-четверте, певні культурні та географічні фактори;
- по-п'яте, органи влади та їхня політична воля, яка спрямована на утворення творчого середовища та підтримку інфраструктурної складової.

При цьому слід зазначити, що виходячи з вищевказаного, взаємодія перших двох чинників призводить до появи певної ідеї, яка перетворюється на креативний продукт або послугу, що виходить на відповідний ринок.

Отже, креативний кластер окрім того, що є гарним рішенням соціальним питань, виступає і як прибутковий бізнесовий проєкт, ідея якого полягає в об'єднанні в межах свого простору підприємців із творчим спрямування. Таким чином, завдяки формуванню креативних кластерів та застосуванню з цією метою ревіталізації можна не лише допомагати зберегти від знищення старі, незадіяні, непотрібні об'єкти промислового призначення та території, але при цьому ефективно розвивати креативний сектор економіки [11].

**Висновки і пропозиції.** Отже, становлення креативних індустрій та такої їх організаційної форми, як креативні кластери слід вважати інноваційним вектором постіндустріального етапу розвитку територій. Це стратегічний напрям їхнього розвитку на основі застосування новітніх технологій у креативній сфері та формування умов для творчих спеціальностей, професіоналів та представників креативних професій з урахуванням кластерного підходу.

Розуміючи під креативним кластером багатофункціональний креативний простір, що об'єднує представників творчих професій та підприємців у сфері мистецтва, культури, науки для генерування ідей, треба відзначити, що вони є ефективним комунікаційним утворенням, формою взаємодії творчих особистостей, місцем продукування креативних ідей, які трансформуються в нові креативні продукти та послуги. Спираючись на підтримку органів влади та за умов наявності розвинутої інфраструктури креативні кластери можуть ставати провідними центрами розвитку нових сегментів місцевих та регіональних ринків. Унаслідок запровадження кластеризації креативних індустрій міс-

та та регіони зможуть набути власних конкурентних переваг, що дасть поштовх для їх зростання та розвитку. Формування та функціонування креативних кластерів допоможе перетворити творчим людям свої ідеї на власні прибуткові бізнес-проекти та процес, а місто виграє від збільшення податкових надходжень від креативного бізнесу. При цьому за рахунок застосування ревіталізації в процесі створення та діяльності креативних кластерних структур міста та регіони отримають оновлені приміщення, сучасну, розвинуту інфраструктуру, культурні та творчі осередки, які будуть привертати до себе молоде покоління, гуртувати їх навколо всього креативного та цікавого, надавати їм можливість приймати участь у всіх творчих, креативних процесах міста. Такий розвиток подій, у свою чергу, приведе до підвищення рівня зайнятості населення території, зниження кримінальної обстановки, підвищення ділової активності та підприємницьких ініціатив, що сприятиме притоку інвестицій, загальному покращенню добробуту населення та соціально-економічному розвитку території.

### Список використаних джерел

1. Мельник Л. Г. Экономика и информация: экономика информации и информация в экономике: энциклопедический словарь / Л. Г. Мельник. – Сумы : ИТД «Университетская книга», 2005. – 384 с.
2. Коноплицький В. А. Економічний словник. Тлумачно-термінологічний / В. А. Коноплицький, Г. І. Філіна. – К. : КНТ, 2007. – 580 с.
3. Самійленко Г. М. Креативна економіка: теоретичні засади та особливості її функціонування в умовах становлення нової економіки / Г. М. Самійленко // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2020. – № 2 (22). – С. 31-42.
4. Simon Evans. Creative clusters: key concepts [Electronic resource] / Simon Evans. – Accessed mode: [http://creativeclusters.com/clusters.dreamhosters.com/?page\\_id=1599](http://creativeclusters.com/clusters.dreamhosters.com/?page_id=1599).
5. The geography and creativity / De Propriis L., Chapain, C., Cooke, P., Macneill S., Mateos – Garcia, J. – NESTA, UK., 2009. – Report 27.
6. De Propriis L. Creative Clusters and Governance: The dominance of the Hollywood Film Cluster / De Propriis L., Hypponen L. // Creative Cities, Cultural Clusters and Local Development / Cooke, P. and Lazzeretti, L. – Cheltenham: Edward Elgar, 2008. – Pp. 258-286.
7. Florida R. The Rise of the Creative Class [Electronic resource] / Florida, R. // The Washington Monthly. – May, 2002. – Pp. 15-25. – Accessed mode: [https://www.os3.nl/\\_media/2011-2012/richard\\_florida\\_-\\_the\\_rise\\_of\\_the\\_creative\\_class.pdf](https://www.os3.nl/_media/2011-2012/richard_florida_-_the_rise_of_the_creative_class.pdf).
8. Давимука С. А. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія / С. А. Давимука, Л. І. Федулова. – Львів, 2017. – 528 с.
9. Potts J. Art & innovation: an evolutionary economic view of the creative [Electronic resource] / Potts J. ; Unesco observatory, faculty of architecture, building and planning, the university of melbourne refereed e-journal. – 2007. – Accessed mode: [http://sutanto.staff.uns.ac.id/files/2008/09/art\\_innovation.pdf](http://sutanto.staff.uns.ac.id/files/2008/09/art_innovation.pdf).
10. Strategies for Creative Places. LDA, 2005.
11. Emerging industries Report on the methodology for their classification and on the most active, significant and relevant new emerging industrial sectors. Extension of the European Cluster Observatory, Promoting better policies to develop world class clusters in Europe Contract N°71/PP/ENT/CIP/11/N04C031 [Electronic resource]. – Accessed mode: [http://www.emergingindustries.eu/Upload/CMS/Docs/Emerging\\_industries\\_methodology.pdf](http://www.emergingindustries.eu/Upload/CMS/Docs/Emerging_industries_methodology.pdf).

### References

1. Melnyk, L.H. (2005) *Ekonomika s informatsiia: ekonomika informatii i informatsiia v ekonomike: entsiklopedicheskyi slovar [Economics and Information: Economics of Information Information in Economics: Encyclopedic Dictionary]*. Universitetskaia kniga.
2. Konoplytskyi, V.A., & Filina, H.I. (2007) *Ekonomichniy slovnyk. Tlumachno-terminolohichnyi [Economic Dictionary. Interpretative-terminological]*. KNT.
3. Samiilenko, H.M. (2020). *Kreatyvna ekonomika: teoretychni zasady ta osoblyvosti yii funktsionuvannia v umovakh stanovlennia novoi ekonomiky [Creative economy: theoretical principles and features of its functioning in the conditions of formation of new economy]*. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia – Problems and prospects of economics and management*, 2 (22), 31-42.

4. Simon Evans. Creative clusters: key concepts. [http://creativeclusters.com/clusters.dreamhosters.com/?page\\_id=1599](http://creativeclusters.com/clusters.dreamhosters.com/?page_id=1599).
5. De Propriis, L., Chapain, C., Cooke, P., Macneill S., & Mateos – Garcia, J. (2009). The geography and creativity, Report 27, NESTA, UK.
6. De Propriis, L., & Hypponen, L. (2008). Creative Clusters and Governance: The dominance of the Hollywood Film Cluster. In P. Cooke, L. Lazzeretti, *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Development* (pp. 258-286). Cheltenham: Edward Elgar.
7. Florida, R. (2002). The Rise of the Creative Class. *The Washington Monthly*, 15-25. [https://www.os3.nl/\\_media/2011-2012/richard\\_florida\\_-\\_the\\_rise\\_of\\_the\\_creative\\_class.pdf](https://www.os3.nl/_media/2011-2012/richard_florida_-_the_rise_of_the_creative_class.pdf).
8. Davymuka, S.A., & Fedulova, L.I. (2017). *Kreatyvnyi sektor ekonomiky: dosvid ta napriamy rozbudovy [Creative sector of economy: experience and directions of development]*.
9. Potts, J. (2007). Art & innovation: an evolutionary economic view of the creative / Unesco observatory, faculty of architecture, building and planning, the university of melbourne refereed e-journal. [http://sutanto.staff.uns.ac.id/files/2008/09/art\\_innovation.pdf](http://sutanto.staff.uns.ac.id/files/2008/09/art_innovation.pdf).
10. Strategies for Creative Places. (2005). LDA.
11. Emerging industries Report on the methodology for their classification and on the most active, significant and relevant new emerging industrial sectors. Extension of the European Cluster Observatory, Promoting better policies to develop world class clusters in Europe Contract N° 71/PP/ENT/CIP/11/N04C031. [http://www.emergingindustries.eu/Upload/CMS/Docs/Emerging\\_industries\\_methodology.pdf](http://www.emergingindustries.eu/Upload/CMS/Docs/Emerging_industries_methodology.pdf).

Отримано 28.11.2021

UDC 303.722.4-026.15

*Halyna Samiilenko*

PhD in Economics, Associate Professor,  
Associate Professor of Department of Management and Civil Service  
Chernihiv National University of Technology (Chernihiv, Ukraine)  
**E-mail:** [galinamy@ukr.net](mailto:galinamy@ukr.net). **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-6844-647X>  
**ResearcherID:** [V-9327-2018](https://orcid.org/V-9327-2018)

## ESSENTIAL AND STRUCTURAL CHARACTERISTICS OF THE CREATIVE CLUSTER

*This article is devoted to the essential and structural characteristics of the creative cluster as one of the types of organization of creative space. The current stage of functioning of the global socio-economic system is characterized by the transition from industrial to post-industrial development, which is accompanied by the functioning and growing development of creative economy, which is a direction of development centered not material but intellectual, creative, human resources transformation and implementation through the creation of creative, original and unique ideas, solutions, projects, etc. to obtain new products, products, services, income, success, achieve and increase competitiveness and uniqueness. In view of this, the article examines the concepts of "cluster" and "creativity" in the article to study the essence of the creative cluster, as well as a scientific review of various views of both domestic and foreign scientists on the definition of "creative cluster". multifunctional creative space that unites representatives of creative professions and entrepreneurs in the field of art, culture, science to generate ideas. The purpose and tasks of creative clusters in the process of their formation and functioning are considered, the features of creative clusters are given, among which the following are singled out: interaction, specialization, geographical concentration and local orientation, competition and cooperation, resource dependence, innovation, etc. The relationship between the processes of creation and functioning of the creative cluster and revitalization is revealed. Also, within the framework of this article the structural elements of creative clusters were singled out, which include, firstly, the idea that can be considered the core of the cluster; and secondly, the space formed around the idea presented in the form of exhibition halls, conference rooms, halls, etc. Among the highlighted factors that have a positive impact on the creation of creative clusters are the following: the presence of creative people, professionals and their cooperation; place of operation, such as professional locations, creative districts, hubs, creative cities, etc.; availability of a market for created creative products and services, etc.*

**Keywords:** creative industries; clusters; creativity; creative space; creative cluster; revitalization.

Fig.: 2. Table: 1. References: 11.